



TUGAS AKHIR - RP 141501

STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA PESISIR DI KAWASAN TAMAN WISATA PANTAI NGLIYEP KABUPATEN MALANG

**MUHAMMAD BRIAN ADAM
3613100042**

**Dosen Pembimbing
Ema Umilia ST.,MT.**

**Departemen Perencanaan Wilayah Dan Kota
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
2018**



TUGAS AKHIR - RP 141501

**STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA
PESISIR DI KAWASAN TAMAN WISATA PANTAI
NGLIYEP KABUPATEN MALANG**

**MUHAMMAD BRIAN ADAM
3613100042**

**Dosen Pembimbing
Ema Umilia ST.,MT.**

**Departemen Perencanaan Wilayah Dan Kota
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
2018**

“Halaman ini sengaja dikosongkan”



FINAL PROJECT - R.P 141501

**DEVELOPMENT STRATEGY COASTAL TOURISM
IN THE REGION PARK NGLIYEP BEACH
MALANG**

**MUHAMMAD BRIAN ADAM
3613100042**

**Promotor
Ema Umilia ST.,MT.**

**Department of Urban And Regional Planning
Faculty of Architecture, Design dan Planning
Sepuluh Nopember Institute of Technology
2018**

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA PESISIR DI KAWASAN TAMAN WISATA PANTAI NGLIYEP KABUPATEN MALANG

TUGAS AKHIR

Ditujukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
pada

Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh

MUHAMMAD BRIAN ADAM

NRP. 3613100042

Disetujui oleh Pembimbing Tugas Akhir



Ema Umilia ST., MT.

NIP. 198410032009122003



SURABAYA, JANUARI 2018

STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA PESISIR DI KAWASAN TAMAN WISATA PANTAI NGLIYEP KABUPATEN MALANG

Nama Mahasiswa : Muhammad Brian Adam
NRP : 3613100042
Departemen : Perencanaan Wilayah dan Kota
Dosen Pembimbing : Ema Umilia, ST.,MT

ABSTRAK

Taman Wisata Pantai Ngliyep salah satu pariwisata pesisir selatan Kabupaten Malang. Namun dalam perkembangannya, timbul berbagai macam permasalahan yang berkaitan dengan kawasan pesisir. Jika tidak ditindaklanjuti akan mempengaruhi kelangsungan dan keberadaan wisata pesisir tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata pesisir di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang.

Metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif untuk mengidentifikasi karakteristik dari seluruh aspek pariwisata di kawasan Taman wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang. Kemudian menggunakan metode analisis SWOT yang tujuannya untuk menganalisis faktor internal dan eksternal dari seluruh aspek pariwisata di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang. Selanjutnya metode analisis dekriptif kualitatif dan Matriks SWOT guna merumuskan strategi pengembangan pariwisata pesisir di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang.

Adapun hasil penelitian ini berupa Strategi pengembangan pariwisata pesisir di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang: (1) Melakukan kajian untuk mengoptimalkan potensi alam yang sudah ada dan yang masih bisa digali guna menjadikan daya tarik alam yang baru bagi wisatawan (2) Rencana pengembangan fasilitas umum berupa peningkatan pelayanan, renovasi penataan dan perawatan bangunan, serta penambahan

jumlah fasilitas. (3) Mengemas promosi secara atraktif melalui media online. (4) Membuat rencana pelebaran akses jalan dan perbaikan jalan. (5) Meningkatkan peran pemerintah dan pengelola melalui kerjasama dalam membuat kebijakan dan rencana pengembangan lokasi. (6) Meningkatkan peran masyarakat lokal dengan membentuk LSM. (7) Menjadikan rest area sebagai pusat informasi serta pusat perdagangan dan jasa. (8) Pembenahan sistem persampahan, pemberian aturan tertulis dan sanksi kepada wisatawan.

Kata kunci: Pariwisata Pesisir, Pengembangan Wisata, Strategi

DEVELOPMENT STRATEGY COASTAL TOURISM IN THE REGION PARK NGLIYEP BEACH MALANG

Name : Muhammad Brian Adam
NRP : 3613100042
Department : Urban and Regional Planning
Promotor : Ema Umilia, ST.,MT

ABSTRACT

Ngliyep Beach Tourism is one of south coast tourism in Malang. Nevertheless in development, appear a variety of problems which is relate to coastal district. If it isn't followed up, will affect sustanaibility and existance of coastal tourism. The purpose of this research is to formulate development strategy coastal tourism in the region park ngliyep beach, Malang.

The method which is applied in this research is qualitative descriptive to identify characteristic and all aspect of tourism in the region park ngliyep beach, Malang. Afterwards using analytic SWOT-method its purpose to analysis internal and external factor. Furthermore, analytic SWOT-method in order to formulate development strategy coastal tourism in the region park ngliyep beach, Malang.

As the results of this research is development strategy coastal tourism in the region park ngliyep beach, Malang: (1) Commit study to optimize natural potential which is already exist and can still be excavated in order to be new natural attraction for new tourists. (2) Expansion plan public facilities in order to increase service, renovation of structuring, building maintenance and addition of number of facilities. (3) Envelop promotions attractively through online media. (4) Create planning for widening road access and road improvements. (5) Enhancing the role of the government and the manager through cooperation in making policy and expansion location plan. (6) Improving the role of local people by forming LSM.

(7) Create rest area as information centre and trade center and services. (8) Repairing waste disposal methods, giving written rules and sanction to tourists to not litter.

Keyword: Coastal Tourism, Development of Tourism, Strategy

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. atas segala limpahan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan naskah tugas akhir dengan judul **“Strategi Pengembangan Pariwisata Pesisir Di Kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang”** ini dengan tepat waktu. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan Nabi kita Rasulullah Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan keikhlasan hati, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan Alhamdulillah Jaza Kumullohu Khoiro, terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ema Umilia, ST.,MT., sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing penyusunan naskah Tugas Akhir mulai dari pengembangan ide hingga penulisan.
2. Keluarga, khususnya orang tua saya yang sudah mendoakan serta membiayai hingga lulus kuliah
3. Teman-teman PWK ITS angkatan 2013, khususnya Jhon Johan dkk.
4. Teman-teman muda-mudi Semampir, khususnya Gilang Pratama yang sudah banyak membantu saya.
5. Teman-teman PPMKH3 Semampir.
6. Dan semua yang sudah mendoakan dan mendukung saya.

Penulis menyadari dalam penulisan naskah Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu masukan, saran, dan kritik yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan untuk pengembangan selanjutnya. Sekian, semoga naskah Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan barokah.

Surabaya, Januari 2018

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Sasaran Penelitian.....	4
1.5. Lingkup Penelitian.....	4
1.5.1. Lingkup Wilayah Studi.....	4
1.5.2. Lingkup Aspek	5
1.5.3. Lingkup Substansi	5
1.6. Manfaat Penelitian.....	5
1.7. Sistematika Penulisan	5
1.8. Kerangka Berpikir	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Definisi Pariwisata.....	11
2.2. Komponen-komponen Dalam Pengembangan Pariwisata	11

2.3.	Fasilitas Wisata (Sarana dan Prasarana)	16
2.4.	Pelaku Kegiatan Pariwisata	18
BAB III METODE PENELITIAN		23
3.1.	Pendekatan Penelitian.....	23
3.2.	Jenis Penelitian	24
3.3.	Variabel Penelitian	24
3.4.	Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.5.	Metode Pengumpulan Data	30
3.6.	Metode Analisis Data	31
3.6.1.	Analisis SWOT.....	32
3.7.	Tahapan Penelitian	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1.	Gambaran Umum Wilayah Perencanaan.....	41
4.1.1.	Lokasi Geografis Kawasan Wisata.....	41
4.1.2.	Kependudukan.....	42
4.1.3.	Atraksi	45
4.1.3.1.	Atraksi Alam.....	45
4.1.3.2.	Atraksi Budaya	49
4.1.4.	Fasilitas Pendukung.....	49
4.1.4.1.	Tempat Makan dan Minum	49
4.1.4.2.	Tempat Belanja.....	51
4.1.4.3.	Fasilitas Umum.....	51
4.1.4.4.	Akomodasi.....	54
4.1.5.	Aksesibilitas	57
4.1.6.	Informasi dan Promosi.....	61

4.1.6.1. Informasi.....	61
4.1.6.2. Promosi.....	61
4.1.7. Pelaku Pariwisata.....	62
4.1.7.1 Industri Pariwisata	62
4.1.7.2. Masyarakat Lokal	63
4.1.7.3. Pemerintah.....	63
4.1.7.4. Pendukung Jasa pariwisata	64
4.1.7.5. LSM.....	64
4.1.7.6. Wisatawan	64
4.2. Hasil Analisis dan Pembahasan.....	69
4.2.1. Identifikasi Karakteristik Seluruh Aspek Pariwisata	69
4.2.2. Analisis Faktor Internal dan Eksternal Dari Seluruh Aspek Pariwisata	72
4.2.3. Analisis Strategi Matriks SWOT	78
4.2.3.1. Strategi S-O <i>Strengths-Opportunities</i> (Kekuatan dan Peluang).....	79
4.2.3.2. Strategi W-O <i>Weaknesses-Opportunities</i> (Kelemahan dan Peluang)	81
4.2.3.3. Strategi S-T <i>Strengths-Threats</i> (Kekuatan dan Ancaman)	83
4.2.3.4. Strategi W-T <i>Weaknesses-Threats</i> (Kelemahan dan Ancaman)	85
4.2.4. Rumusan Strategi Pengembangan Pariwisata Pesisir di Kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	103
5.1. Kesimpulan.....	103

5.2. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN A	109
LAMPIRAN B1.....	113
LAMPIRAN B2.....	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Pengunjung 2015-2017	3
Gambar 1. 2 Peta Ruang Lingkup Wilayah Penelitian	9
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian.....	37
Gambar 4. 1 Peta Wilayah Penelitian	43
Gambar 4. 2 Panorama alam Pantai Ngliyep.....	46
Gambar 4. 3 Sampah yang dibakar.....	46
Gambar 4. 4 Peta Luas Areal Taman Wisata Pantai Ngliyep.....	47
Gambar 4. 5 Upacara Labuhan	49
Gambar 4. 6 Tempat makan makan dan minum.....	50
Gambar 4. 7 Warung makan yang ditinggal pemiliknya	50
Gambar 4. 8 Toko Souvenir	51
Gambar 4. 9 Area Bermain.....	52
Gambar 4. 10 Tempat Parkir	52
Gambar 4. 11 Toilet Umum.....	53
Gambar 4. 12 Mushola	53
Gambar 4. 13 Penginapan.....	54
Gambar 4. 14 Peta Persebaran Fasilitas Wisata.....	55
Gambar 4. 15 Akses jalan menuju lokasi	57
Gambar 4. 16 Rambu penunjuk arah	58
Gambar 4. 17 Angkutan Umum	58
Gambar 4. 18 Peta Jaringan Jalan.....	59
Gambar 4. 19 Papan Informasi	61
Gambar 4. 20 Loker Retribusi	62
Gambar 4. 21 Wisatawan	66
Gambar 4. 22 Grafik Jenis Kelamin wisatawan	67
Gambar 4. 23 Grafik Usia wisatawan.....	67
Gambar 4. 24 Grafik Tingkat Pendidikan Wisatawan.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Variabel Tinjauan Pustaka	21
Tabel 3. 1. Definisi Operasional Variabel Penelitian	25
Tabel 3. 2. Metode Analisis SWOT	33
Tabel 3. 3. Desain survei	39
Tabel 4. 1. Data Kunjungan Wisatawan Tahun 2017	65
Tabel 4. 2. Karakteristik per Aspek	69
Tabel 4. 3. Faktor Strategi Internal	73
Tabel 4. 4. Faktor Strategi Eksternal	77
Tabel 4. 5. Matriks SWOT	78
Tabel 4. 6. Strategi S-O	79
Tabel 4. 7. Strategi W-O	81
Tabel 4. 8. Strategi S-T	83
Tabel 4. 9. Strategi W-T	85

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar belakang

Pembangunan Pariwisata merupakan salah satu proses perubahan untuk menghasilkan nilai tambah dalam segala aspek pada bidang pariwisata, mulai dari sarana dan prasarana, Objek Daya Tarik Wisata (ODTW), dan aspek-aspek lainnya yang berkaitan dengan pariwisata. Penyelenggaraan pembangunan pariwisata tersebut dilaksanakan dengan tetap memperhatikan kelestarian dan mendorong upaya meningkatnya mutu lingkungan hidup, serta daya tarik wisata itu sendiri. Salah satu bentuk pariwisata yang ada ialah pariwisata pesisir. Wilayah pesisir memiliki banyak potensi berupa keunikan dan keindahan alamnya yang dapat menjadi daya tarik wisata sehingga aktivitas pariwisata pun dapat dikembangkan dan menghasilkan dampak positif dengan ikut meningkatkan perekonomian kawasan tersebut (Fajriah, 2014).

Negara Indonesia memiliki garis pantai yang panjang dengan panjang pantai 81.000 km dan terbentang di sepanjang wilayah pesisirnya yang mempunyai berbagai potensi yang dapat dimanfaatkan bagi keberlanjutan pembangunan. Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi pesisir adalah Kabupaten Malang. Kabupaten Malang yang kondisi geografisnya terdiri dari wilayah pegunungan dan dataran/ lembah serta perairan pantai membentuk bentangan-bentangan alam yang indah dengan hamparan pantai yang luas dan berpasir putih, hal ini memungkinkan untuk pengembangan pariwisata. Pengembangan pariwisata dapat ditempuh melalui pengadaan paket wisata, pengembangan jalur wisata, pengadaan sarana dan prasarana penunjang pariwisata seperti hotel dan penginapan serta peningkatan aksesibilitas dengan meningkatkan kondisi jalan dan penyediaan sarana transportasi menuju obyek wisata (Renstra Disbudpar Kab. Malang 2010).

Malang Selatan adalah salah satu bagian dari Kabupaten Malang yang memiliki potensi pantai yang menarik, yang masih dalam taraf pengembangan. Kabupaten Malang bagian Selatan

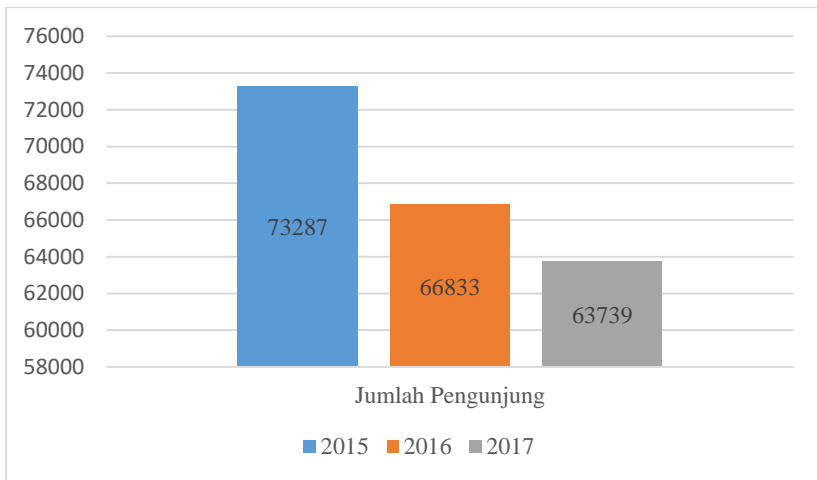
sebagian besar wilayahnya terdiri dari kawasan pesisir. Beberapa wisata pantai yang ada di kawasan pesisir Kabupaten Malang diantaranya yaitu pantai Sendang Biru, pantai Balekambang, pantai Bajulmati, pantai Tambak Rejo, dan Taman Wisata Pantai Ngliyep (Kristiyarini, 2014).

Taman Wisata Pantai Ngliyep terletak di Desa Kedungsalam, Kecamatan Donomulyo, dan berjarak sekitar 64 km dari Kota Malang. Luas areal Taman Wisata Pantai Ngliyep kurang lebih 10 Ha yang mana terdiri atas hutan lindung, areal wisata pantai, penginapan, dan lahan parkir. Taman Wisata Pantai Ngliyep memiliki panorama yang indah, hamparan pasir putih lembut, area bermain yang luas dengan ditumbuhi pepohonan yang rindang. Selain itu pantai ini memiliki Teluk Putri dengan view yang sangat indah, lokasinya berada berhimpitan di sebelah kiri Taman Wisata Pantai Ngliyep (infomalangbatu, 2014).

Taman Wisata Pantai Ngliyep juga mempunyai atraksi budaya yaitu acara khas tradisional upacara Labuhan yang dilaksanakan setiap tahunnya pada tanggal 12 Maulud (bulan Jawa) di sebuah petilasan yang bernama Gunung Kombang. Pada tahun 1980 akses menuju Taman Wisata Pantai Ngliyep telah dibenahi dengan melakukan pengaspalan hotmix. Taman wisata Ngliyep dikelola langsung oleh pemerintah daerah Kabupaten Malang melalui Perusahaan Daerah PD Jasaya serta kerjasama dengan KPH Perhutani Malang dalam meningkatkan potensi wisatanya, mengingat lokasi ini berada di area hutan lindung (PD JasaYasa, 2016).

Namun dalam perkembangannya, timbul berbagai macam permasalahan yang berkaitan dengan kawasan pesisir. Permasalahan tersebut apabila tidak ditindaklanjuti akan mempengaruhi kelangsungan dan keberadaan wisata pesisir tersebut. Terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi dalam proses pengembangannya yaitu yang pertama degradasi lingkungan, dan yang kedua fasilitas pendukung yang kurang memadai. Permasalahan pertama berupa degradasi lingkungan dimana Taman Wisata Pantai Ngliyep yang berada di kawasan area hutan lindung mengalami perubahan kondisi lingkungan, hal ini disebabkan pengelolaan

sampah yang kurang baik sehingga kotoran sampah yang berserakan dibibir pantai mengganggu keindahan pemandangan dan kenyamanan wisatawan (infomalangbatu, 2014). Permasalahan kedua berupa fasilitas pendukung yang kurang memadai guna menarik wisatawan, seperti misalnya tempat parkir yang belum tertata rapi, warung-warung penjual makanan yang terlihat kumuh, toilet, toko souvenir dan penginapan yang masih perlu pengembangan agar pengunjung merasa nyaman (infomalangbatu, 2014). Hal ini diperkuat dengan data pengunjung yang datang di Taman wisata Pantai Ngliyep selama tahun 2015-2017 seperti pada tabel dibawah ini (Disparbud kab. Malang, 2017).



Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang, 2017

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Pengunjung 2015-2017

Berdasarkan permasalahan dan potensi yang ada, Taman Wisata Pantai Ngliyep perlu adanya rencana strategi pengembangan pariwisata agar meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

1.2.Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut maka terdapat permasalahan yang menjadi isu penghambat pengembangan kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep. Permasalahan utama adalah degradasi lingkungan dimana terjadi perubahan kondisi lingkungan akibat pengelolaan sampah yang kurang baik. Selain itu juga adanya permasalahan terkait fasilitas pendukung yang kurang memadai yang masih perlu adanya pengembangan.

Memperhatikan permasalahan yang terjadi, maka pertanyaan peneliti, yaitu: **“Bagaimana strategi pengembangan pariwisata pesisir di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep?”**

1.3.Tujuan Penelitian

Studi ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata pesisir di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang.

1.4.Sasaran Penelitian

Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini, peneliti menetapkan beberapa sasaran untuk mempermudah proses penelitian. Sasaran yang ingin dicapai adalah:

1. Mengidentifikasi karakteristik dari seluruh aspek pariwisata di kawasan Taman wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang.
2. Menganalisis faktor internal dan eksternal dari seluruh aspek pariwisata di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang
3. Merumuskan strategi pengembangan pariwisata pesisir di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang.

1.5.Lingkup Penelitian

1.5.1. Lingkup Wilayah Studi

Wilayah studi kawasan pesisir Taman Wisata Pantai Ngliyep secara administrasi terletak terletak di tepi Samudera Hindia tepatnya di Desa Kedungsalam, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang, Jawa Timur sekitar 62 km arah selatan dari Kota Malang

dengan luas lahan yang digunakan 10 Ha. Dengan batas administrasi wilayah sebagai berikut:

1. Sebelah Barat : Desa Tempusari
2. Sebelah Timur : Desa Sumbermanjing Kulon
3. Sebelah Utara : Desa Telogosari
4. Sebelah Selatan : Samudra Hindia

1.5.2. Lingkup Aspek

Penelitian ini akan membahas mengenai strategi pengembangan kawasan taman wisata pantai Ngliyep kabupaten Malang. Ditinjau dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman komponen pariwisata untuk pengembangan kawasan pariwisata pesisir.

1.5.3. Lingkup Substansi

Pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah literatur terkait dengan pariwisata, wisata alam pesisir, serta mengenai strategi pengembangan kawasan wisata.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk memberikan masukan studi terhadap bidang ilmu pengembangan wilayah terutama dalam merumuskan strategi pengembangan kawasan bahari.

2. Manfaat praktis

Memberikan saran dan rekomendasi kepada BAPPEDA Kabupaten Malang, dan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Malang, untuk mengoptimalkan pengembangan kawasan wisata Taman Wisata Pantai Ngliyep.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan masalah, tujuan dan sasaran yang ingin dicapai, ruang lingkup wilayah, ruang lingkup pembahasan ruang lingkup substansi, manfaat penelitian, serta sistematika pelaporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi, lingkup materi secara teoritis mengenai literatur dan kebijakan-kebijakan daerah yang berhubungan dengan penelitian dan ringkasan teori.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang memuat pendekatan dan tahapan-tahapan penelitian, jenis penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis dalam melakukan penelitian.

BAB IV GAMBARAN UMUM DAN ANALISA

Bab ini berisikan gambaran awal mengenai kawasan penelitian yang memuat kondisi eksisting dari kawasan studi dan juga analisa yang menjabarkan suatu hasil dari penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Merupakan bab terakhir yang berisi hasil akhir dari analisa yang berupa rangkuman analisa. Pada bab ini juga akan dijelaskan tentang kekurangan dalam proses studi, dan rekomendasi dalam penanganan permasalahan yang dihasilkan juga pada studi selanjutnya.

1.8. Kerangka Berpikir

Latar Belakang

1. Taman wisata Pantai Ngliyep salah satu Pariwisata pantai di Kabupaten Malang
2. Taman wisata Pantai Ngliyep memiliki panorama yang indah, hamparan pasir putih lembut, area bermain yang luas. Didukung pula adanya Teluk Putri
3. Taman wisata Pantai Ngliyep memiliki atraksi budaya yaitu upacara Labuhan yang dilaksanakan setiap 12 Maulud di Gunung Kombang
4. Taman Wisata Pantai Ngliyep memiliki Luas areal kurang lebih 10 Ha yang mana terdiri atas hutan lindung, areal wisata pantai, penginapan, dan lahan parkir.
5. Sejak tahun 1980 akses menuju Taman Wisata Pantai Ngliyep telah dibenahi dengan melakukan pengaspalan hotmix

Permasalahan

1. Terjadi degradasi lingkungan dimana Taman Wisata Pantai Ngliyep mengalami perubahan kondisi lingkungan akibat pengelolaan sampah yang kurang baik
2. Fasilitas pendukung di Taman Wisata Pantai Ngliyep yang kurang memadai guna menarik wisatawan

Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pengembangan pariwisata pesisir di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep?

Tujuan

Merumuskan strategi pengembangan pariwisata pesisir di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang.

Sasaran 1

Mengidentifikasi karakteristik dari seluruh aspek pariwisata di Taman wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang

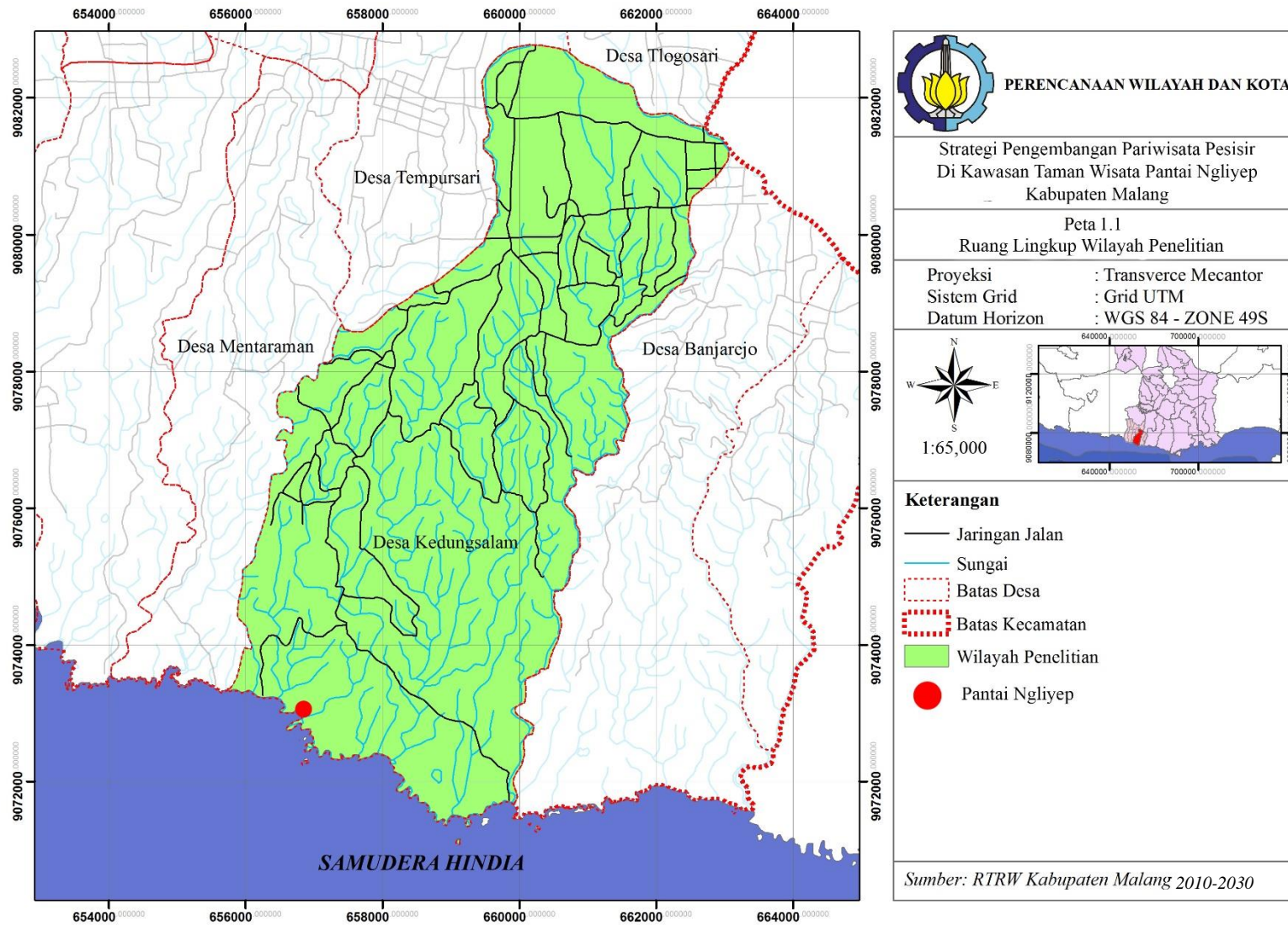
Sasaran 2

Menganalisis faktor internal dan eksternal dari seluruh aspek pariwisata di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang

Sasaran 3

Merumuskan strategi pengembangan pariwisata pesisir di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang.

“Halaman ini sengaja dikosongkan”



Sumber: Penulis, 2017

Gambar 1. 2 Peta Ruang Lingkup Wilayah Penelitian

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Definisi Pariwisata

Pariwisata merupakan konsep yang sangat multidimensional. Tidak bisa dihindari bahwa beberapa pengertian pariwisata dipakai oleh para praktisi dengan tujuan dan perspektif yang berbeda sesuai tujuan yang dicapai. Beberapa ahli mendefinisikan pariwisata berikut:

Pariwisata adalah kegiatan orang-orang yang bepergian ke tempat di luar lingkungan biasa mereka selama tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk liburan, bisnis dan tujuan lainnya (WTO dalam Richardson & flicker, 2004:6 dikutip dari I.G. Pitana dan I.K. Surya Diarta, 2009).

Menurut beberapa ahli yang lain, pariwisata lain dapat diartikan dengan berbagai definisi yaitu sebagai berikut: Pariwisata dalam arti luas adalah kegiatan rekreasi diluar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain (Damanik dan Weber, 2006).

Pariwisata terdiri dari aktivitas orang yang bepergian ke dan tinggal di tempat di luar lingkungan biasa mereka selama tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk liburan, bisnis dan keperluan lainnya (UNWTO, 1995 dalam Richardson & flicker, 2004:7 dikutip dari I.G. Pitana dan I.K. Surya Diarta, 2009)

Sehingga berdasarkan definisi di atas maka Pariwisata adalah kegiatan orang-orang yang berpergian ke tempat diluar domisili selama tidak lebih dari satu tahun yang tujuannya untuk berlibur, rekreasi, olahraga dll. Serta adanya interaksi antar pelaku pariwisata dalam mengelola.

2.2. Komponen-komponen Dalam Pengembangan Pariwisata

Suatu obyek pariwisata harus memenuhi tiga kriteria agar obyek tersebut diminati pengunjung, yaitu (Yoeti, 2001):

1. *Something to see*, adalah obyek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain obyek wisata tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dari wisatawan untuk berkunjung di obyek tersebut.
2. *Something to do*, adalah agar wisatawan yang melakukan pariwisata di sana bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, relax berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal di sana.
3. *Something to buy*, adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau ikon dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh.

Komponen pariwisata dapat dikatakan sebagai produk wisata karena meliputi segala sesuatu yang ditawarkan kepada wisatawan (Suwantoro, 2004). Produk wisata tersebut meliputi:

1. Atraksi
2. Komponen yang berfungsi sebagai penggerak pariwisata. Penggerak tersebut dapat berupa kepentingan kegiatan penelitian, kegiatan pembelajaran, wisata minat khusus dan kegiatan lain yang mendukung kegiatan tersebut.
3. Aksesibilitas
4. Infrastruktur yang mendukung kegiatan pariwisata berupa transportasi publik, khususnya yang beroperasi di sepanjang jalur yang menghubungkan tempat transit wisatawan dengan tujuan wisata.
5. Amenitas
6. Fasilitas pendukung yang mencakup sarana dan prasarana wisata yang ditujukan untuk memberikan kenyamanan kepada wisatawan demi kelancaran kegiatan pariwisata.

Dalam pengembangan pariwisata terdapat lima komponen utama pendukung pengembangan meliputi (Gunn, 1988):

1. Wisatawan merupakan konsumen atau pengguna produk layanan dan memiliki beragam motif, minat, ekspektasi, karakteristik sosial, ekonomi, budaya dan lain-lain. Dengan motif dan latar belakang yang berbeda-beda menciptakan permintaan produk wisata menjadi pihak yang menciptakan permintaan produk dan jasa wisata.
2. Atraksi dapat diartikan sebagai objek wisata (baik yang bersifat *tangible* maupun *intangible*) yang memberikan kenikmatan kepada wisatawan. Atraksi dapat dibagi menjadi tiga yakni:
 - a) Wisata alam, kegiatan wisata alam meliputi peemandangan alam, lintas alam, mendaki gunung, penelusuran gua, wisata berperahu karet menyusuri sungai, wisata selam (*diving*), wisata berlayar (*sailing*), wisata dayung, wisata kemah (*Camping ground*), wisata piknik, wisata penelusuran jejak (*trails*).
 - b) Wisata budaya, meliputi peninggalan bersejarah seperti candi dan adat- istiadat.
 - c) Wisata buatan, meliputi kebun raya, Taman Safari, dan lain sebagainya.
3. Transportasi atau aksesibilitas mencakup keseluruhan infrastruktur transportasi yang menghubungkan wisatawan dari, ke dan selama di daerah tujuan wisata, mulai dari darat, laut sampai udara. Aspek ini tidak hanya menyangkut aspek kuantitas tetapi juga inklusif mutu, ketepatan waktu, kenyamanan dan keselamatan. Moda transportasi yang layak ditawarkan adalah angkutan penumpang tersebut berangkat ke dan tiba dengan standar tingkat kenyamanan dan keselamatan. Menurut UU No. 13 tahun 1980 tentang jalan, jalan merupakan suatu prasarana perhubungan darat dalam bentuk apapun yang meliputi segala bagian jalan termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapannya yang diperuntukkan bagi lalu lintas.

4. Promosi dan informasi dalam pariwisata merupakan faktor pendukung dalam berkembangnya produk wisata. Produk tersebut dapat berupa unit-unit dibidang promosi seperti event organizer, rental car, hotel-hotel yang giat menawarkan paket-paket wisata dengan banyak ragam produk, biro perjalanan yang menawarkan paket wisata murah dan eksklusif. Menurut ahli lain, promosi merupakan kegiatan komunikasi dimana organisasi penyelenggara pariwisata berusaha memengaruhi khalayak dari mana penjualan produknya bergantung (I.G. Pitana dan I.K. Surya Diarta, 2009).
5. Pelayanan atau kelembagaan pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pasar dan menjadi motor penggerak yang kuat dalam perkembangan sistem kepariwisataan. Yang termasuk dalam pelayanan atau kelembagaan adalah masyarakat, pemerintah dan pihak swasta.

Produk industri pariwisata meliputi keseluruhan pelayanan yang diperoleh, dirasakan atau dinikmati wisatawan. Terdiri dari Aspek lingkungan alamiah, aspek lingkungan buatan, sarana prasarana (Yoeti, 2001)

1. Aspek lingkungan alamiah

- Keindahan, yaitu berkaitan dengan kondisi iklim, dengan indikator cuaca cerah (*clean air*), banyak cahaya matahari (*sunny day*), sejuk (*mild*), kering (*dry*), panas (*hot*), hujan (*wet*), dan sebagainya. Selain kondisi iklim, yang berpengaruh adalah bentuk tanah dan pemandangan (*Land configuration and landscape*), dengan indikator pemandangan yang menarik (*panoramic views*)
- Kelestarian, yaitu berkaitan dengan keberadaan hutan belukar (*The Sylvan Element*), misal hutan yang luas (*large forest*), banyak berpohon-pohon (*trees*). Dan berupa Fauna dan Flora, seperti tanaman-tanaman, burung, ikan, cagar alam, daerah perburuan (*hunting and photograpic safari*).

- Kebersihan, yaitu kondisi lingkungan yang bersih bebas dari pencemaran.
- 2. Aspek lingkungan buatan
 - Atraksi Wisata, yang memiliki definisi segala sesuatu sajian wisata yang dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat dan dinikmati. Atraksi wisata dapat berupa tari-tarian, nyanyian, kesenian rakyat tradisional, upacara adat dan lain-lain.
 - Benda-benda Tradisional, yaitu berupa faktor benda-benda bersejarah, kebudayaan dan keagamaan dengan beberapa indikatornya yaitu; adanya monumen bersejarah, adanya museum bersejarah, perpustakaan, dan kerajinan tradisional (*handicraft*).
 - Hospitality (penerimaan), yaitu berkaitan dengan tata cara hidup tradisional dari masyarakat yang merupakan salah satu sumber yang amat penting untuk ditawarkan kepada wisatawan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa komponen wisata terdiri dari:

1. Atraksi adalah komponen yang berfungsi sebagai penarik dan memberikan kenikmatan pada wisatawan berupa atraksi alam, atraksi budaya serta atraksi buatan yang memiliki ciri khas tersendiri.
2. Fasilitas pendukung adalah sarana prasarana pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan agar merasa senang dan nyaman ditempat wisata berupa arena bermain, tempat makan, dll.
3. Aksesibilitas adalah keseluruhan infrastruktur transportasi yang menghubungkan ke tujuan wisata dengan standar kenyamanan dan keselamatan.
4. Wisatawan adalah pengguna produk layanan dengan memiliki beragam motif dan latar belakang yang berbeda-beda.
5. Informasi adalah faktor pendukung dalam berkembangnya produk pariwisata berupa promosi tempat wisata dan kegiatannya, serta info terkait pariwisata.

6. Kelembagaan adalah motor penggerak yang kuat dalam perkembangan sistem pariwisata.

2.3. Fasilitas Wisata (Sarana dan Prasarana)

Fasilitas wisata adalah sarana dan prasarana untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, seperti, penginapan, rumah makan, restaurant, tempat parkir dan lain-lain (Yoeti, 2001). Adapun sarana menurut Clare A. Gunn 1988 (dikutip dari Fajriah S.D. 2014) adalah sebagai berikut:

1. Akomodasi

Wisatawan memerlukan tempat tinggal untuk sementara waktu selama dalam perjalanan untuk dapat beristirahat. Dengan adanya sarana ini, maka akan mendorong wisatawan untuk berkunjung dan menikmati objek dan daya tarik wisata dengan waktu yang relatif lebih lama. Informasi mengenai akomodasi ini mempengaruhi penilaian wisatawan pilihan jenis akomodasi yang dipilih, seperti jenis fasilitas dan pelayanan yang diberikan, tingkat harga, jumlah kamar yang tersedia dan sebagainya.

2. Tempat makan dan minum

Wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata tentunya ingin menikmati perjalanan wisatanya, sehingga pelayanan makanan dan minuman harus mendukung hal tersebut bagi wisatawan yang tidak membawa bekal. Bahkan apabila suatu daerah tujuan wisata mempunyai makanan yang khas, wisatawan yang datang disamping menikmati atraksi wisata juga menikmati makanan khas tersebut. Pertimbangan yang diperlukan dalam penyediaan fasilitas makanan dan minuman antara lain adalah jenis dan variasi makanan yang ditawarkan, tingkat kualitas makanan dan minuman, pelayanan yang diberikan, tingkat harga, dan hal-hal lain yang dapat menambah selera makan seseorang serta lokasi tempat makannya.

3. Tempat belanja

Berbelanja merupakan salah satu aktivitas kegiatan wisata dan sebagian pengeluaran wisatawan didistribusikan untuk berbelanja. Penilaian dalam penyediaan fasilitas belanja ini dilakukan terhadap ketersediaan barang-barang yang dijual dan pelayanan yang memadai, lokasi yang nyaman dan akses yang baik serta tingkat harga yang relatif terjangkau.

4. Fasilitas umum di lokasi objek wisata

Fasilitas umum yang akan dikaji adalah fasilitas yang biasanya tersedia di tempat rekreasi seperti:

1. Tempat parkir
2. WC umum
3. Mushola/ masjid
4. Sarana informasi dan papan petunjuk
5. Sarana rekreasi dan taman bermain
6. Telepon umum

Sarana wisata secara kuantitatif menunjuk pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan dan secara kualitatif yang menunjukan pada mutu pelayanan yang diberikan dan yang tercermin pada kepuasan wisatawan yang memperoleh pelayanan.

Sehingga fasilitas wisata yaitu komponen wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan berupa:

1. Akomodasi merupakan tempat tinggal sementara waktu selama dalam perjalanan untuk dapat beristirahat wisatawan
2. Tempat makan dan minum merupakan fasilitas pelayanan makanan dan minuman bagi wisatawan yang tidak membawa bekal
3. Tempat belanja merupakan fasilitas aktivitas kegiatan wisatawan untuk berbelanja
4. Fasilitas umum di lokasi wisata merupakan fasilitas yang tersedia di tempat rekreasi

2.4. Pelaku Kegiatan Pariwisata

Stakeholder atau pelaku kegiatan dalam sektor pariwisata secara umum merupakan pihak-pihak yang memiliki kepentingan/perhatian dan berpengaruh serta terkena dampak secara langsung dari adanya kegiatan wisata (Nailu Rahman, 2012).

Semua stakeholder memiliki peran dalam melestarikan sumber daya lokal, pengendalian dampak yang diakibatkan oleh kegiatan pariwisata, serta memastikan kegiatan pariwisata memberikan kontribusi yang sesuai dengan yang diinginkan atau direncanakan. Stakeholder yang telah diberikan wewenang dalam pengembangan pariwisata di suatu wilayah harus dapat menjalankan kebijakan yang menguntungkan suatu wilayah tersebut (Oka A Yoeti, 2001).

Jenis-jenis Pelaku pariwisata yang terlibat di dalam pariwisata antara lain (Damanik dan Weber 2006):

1. Wisatawan

Wisatawan merupakan konsumen atau pengguna produk dan layanan pariwisata. Wisatawan memiliki beragam motif, minat, ekspektasi, karakteristik sosial, ekonomi dan budaya yang berdampak langsung terhadap kebutuhan wisata atau permintaan wisata.

Ahli lain, Theobald 2005:11-12 (I.G. Pitana dan I.K. Surya Diarta, 2009) mengemukakan beberapa elemen yang dipakai sebagai patokan untuk menentukan apakah seseorang dapat dikatakan sebagai wisatawan atau tidak menurut standar internasional, yaitu sebagai berikut:

- Tujuan perjalanan (*purpose of trip*). Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan selain untuk tujuan bisnis (*leisure traveling*). Walau ada kalanya sebuah perjalanan bisnis juga dapat diikuti oleh kegiatan wisata (*non-bisnis*).
- Jarak perjalanan dari tempat asal (*distance traveled*). Untuk tujuan statistik, ketika memperhitungkan jarak perjalanan wisata, beberapa negara memakaia jarak total ulang-alik (*round trip*) antara tempat tinggal dan tujuan

wisata. Umumnya jarak yang dipakai bervariasi antara 0-160 KM (0-100 mil) tergantung ketentuan masing-masing negara.

- Lamanya perjalanan (*duration of trip*). Umumnya definisi mengenai wisatawan mencakup perjalanan paling tidak satu malam (*over night*) di tempat yang menjadi tujuan perjalanan. Namun adakalanya persyaratan ini dikesampingkan pada kasus perjalanan wisata yang memang didesain kurang dari 24 jam tetapi nyatanya berdampak pada kegiatan bisnis pariwisata, seperti restoran, atraksi wisata, hotel, dan sebagainya, di daerah tujuan wisata.

2. Industri pariwisata

Semua usaha dan jasa yang berada di dalam bidang pariwisata. Industri pariwisata dikelompokkan ke dalam pelaku langsung dan pelaku tidak langsung. Pelaku langsung ialah usaha-usaha yang menawarkan jasa langsung kepada wisatawan, seperti hotel, restoran, pusat informasi dan biro perjalanan. Sedangkan pelaku tidak langsung ialah usaha yang mengkhususkan diri pada produk-produk yang secara tidak langsung mendukung pariwisata, seperti usaha kerajinan tangan, penerbit buku, penjual roti.

Industri pariwisata dapat dimanfaatkan sebagai kekuatan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Hal itu karena industri pariwisata memiliki empat unsur untuk mewujudkan kekuatan pasar yang dinamis di masa depan.

3. Pendukung jasa pariwisata

Usaha yang tidak secara khusus menawarkan produk dan jasa wisata tetapi seringkali bergantung pada wisatawan sebagai pengguna jasa dan produk yang dimiliki, seperti jasa fotografi, jasa kecantikan, olah raga, penjualan BBM.

4. Pemerintah

Pelaku pariwisata yang memiliki otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait

dengan kebutuhan pariwisata serta bertanggung jawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan pariwisata.

5. Masyarakat lokal

Penduduk asli yang bermukim di kawasan wisata. Masyarakat lokal merupakan pemilik langsung atraksi wisata yang dikunjungi sekaligus dikonsumsi wisatawan baik berupa air, tanah, hutan, lanskap maupun kesenian.

6. Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM)

Lembaga non pemerintah lokal, regional dan internasional yang melakukan kegiatan di kawasan wisata sebelum pariwisata berkembang di kawasan tersebut. Kegiatan yang biasanya dilakukan berhubungan dengan konservasi dan regulasi kepemilikan serta pengusahaan sumberdaya alam setempat.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelaku kegiatan pariwisata adalah pihak-pihak yang memiliki peran dan kepentingan terhadap kegiatan pariwisata. Jenis-jenis pelaku pariwisata yaitu:

1. Wisatawan adalah konsumen atau pengguna produk dan layanan pariwisata yang sesuai dengan ketentuan atau standar
2. Industri Pariwisata adalah Semua usaha dan jasa yang berada di dalam bidang pariwisata
3. Pendukung Jasa Pariwisata adalah Usaha yang tidak secara khusus menawarkan produk dan jasa wisata tetapi seringkali bergantung pada wisatawan sebagai pengguna jasa dan produk yang dimiliki
4. Pemerintah adalah Pelaku pariwisata yang memiliki otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan pariwisata serta bertanggung jawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan pariwisata
5. Masyarakat Lokal adalah Penduduk asli yang bermukim di kawasan wisata
6. LSM merupakan Lembaga non pemerintah lokal, regional dan internasional yang melakukan kegiatan di kawasan wisata sebelum pariwisata berkembang di kawasan tersebut.

Tabel 2. 1.Variabel Tinjauan Pustaka

No	Aspek	Variabel	Sub Variabel	Sumber
1	Komponen, Fasilitas, Pelaku, pariwisata	1.Atraksi	1. Atraksi Alam 2. Atraksi Budaya	Yoeti, 2001 Suwantoro, 2004 Gunn, 1988
		2. Fasilitas Pendukung	1. Tempat makan dan minum 2. Tempat belanja 3. Fasilitas umum di lokasi wisata 4. Akomodasi	Yoeti, 2001 Suwantoro, 2004 Gunn, 1988 Fajriah, 2014
		3. Aksesibilitas	1. Jaringan jalan 2. Angkutan umum	Suwantoro, 2002 Gunn, 1988
		4. Informasi	1. Informasi di lokasi wisata 2. Promosi kegiatan wisata	Pitana dan Diarta, 2009
		5. Pelaku Pariwisata	1. Wisatawan 2. Industri Pariwisata 3. Pendukung Jasa Pariwisata 4. Pemerintah 5. Masyarakat Lokal 6. LSM	Damanik dan Weber, 2006 Pitana dan Diarta, 2009 Yoeti, 2001 Rahman, 2012

Sumber: Penulis, 2017

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian Strategi Pengembangan Pariwisata Pesisir di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang. Dalam bab ini disajikan terkait pendekatan penelitian, jenis penelitian, variabel penelitian, penentuan populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode analisis, dan tahapan penelitian.

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian “Strategi Pengembangan Pariwisata Pesisir Di Kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang” dilakukan untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata pesisir di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang.

Dari tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan beberapa kajian literatur yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata pesisir. Dari teori-teori tersebut menghasilkan suatu variabel penelitian yang selanjutnya digunakan dalam proses analisis penelitian. Adapun kajian literatur yang dilakukan dalam penelitian ini adalah materi pendekatan mengenai komponen pariwisata, fasilitas pariwisata, pelaku pariwisata, dan materi mengenai pengembangan pariwisata pesisir, yang akan digunakan dalam penelitian dan menjadikan masukan untuk pemerintah terkait kebijakan pemerintah dalam strategi pengembangan pariwisata. Kajian literatur tersebut kemudian menghasilkan beberapa variabel yang dibutuhkan dalam analisis penelitian ini.

Selanjutnya, data tersebut digunakan sebagai input untuk analisis pada tahap berikutnya. Selain kebutuhan data, teknik analisis yang digunakan juga ditentukan. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi lapangan, melakukan wawancara dan tela’ah data-data sekunder sebagai data pendukung.

3.2. Jenis Penelitian

Ditinjau dari segi informasi yang dikelola dalam penelitian ini, maka jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian “Strategi Pengembangan Pariwisata Pesisir di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang” termasuk dalam penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan, menganalisis, mencatat dan menginterpretasi kondisi yang terjadi atau yang ada di lokasi penelitian. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain, Sugiyono (2013)

3.3. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian yang digunakan yaitu variabel yang telah didapatkan pada proses sebelumnya yaitu pada tahap studi literatur yang dilakukan pada BAB 2. Variabel yang sudah didapatkan digunakan dalam penyusunan strategi pengembangan pariwisata pesisir yang berkelanjutan di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep. Adapun variabel penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3. 1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Sasaran	Indikator	Faktor	Variabel	Sub Variabel	Definisi Operasional	Parameter
1	Mengidentifikasi karakteristik dari seluruh aspek pariwisata di kawasan Taman wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang	Komponen, Fasilitas, dan Pelaku Pariwisata	Internal	Atraksi	1. Atraksi Alam	Atraksi yang berupa lingkungan alamiah seperti: keindahan, kelestarian, kebersihan	<ul style="list-style-type: none"> Parameter keindahan: pemandangan yang menarik Parameter kelestarian: keanekaragaman hayati flora fauna Parameter kebersihan: kondisi lingkungan yang bersih bebas dari pencemaran.
					2. Atraksi Budaya	Atraksi yang berupa : atraksi wisata, benda-benda tradisional, dan hospitality	<ul style="list-style-type: none"> Parameter atraksi wisata : ketersediaan dan jenis wisata Parameter benda tradisional : ketersediaan dan jenis Parameter hospitality: ramah tidaknya masyarakat terhadap wisatawan
				Fasilitas pendukung	1. Tempat makan dan minum	Fasilitas makanan dan minuman bagi wisatawan meliputi tempat dan pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> jenis dan variasi makanan yang ditawarkan, tingkat kualitas makanan dan minuman, pelayanan yang diberikan, tingkat harga

No	Sasaran	Indikator	Faktor	Variabel	Sub Variabel	Definisi Operasional	Parameter
3	Merumuskan strategi pengembangan pariwisata pesisir di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang.	Hasil dari sasaran 1 dan 2	Hasil dari sasaran 1 dan 2	Hasil dari sasaran 1 dan 2	Hasil dari sasaran 1 dan 2	Hasil dari sasaran 1 dan 2	Hasil dari sasaran 1 dan 2

Sumber : Hasil analisis penulis, 2017

3.4. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Sehubungan dengan hal tersebut maka yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah *stakeholder* yang terkait dengan Taman Wisata Pantai Ngliyep. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini peneliti mengambil sejumlah responden dari jumlah populasi yaitu wisatawan yang berkunjung di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep.

Dalam penelitian ini sampel yang dilakukan menggunakan *purposive sampling* dan *Accidental Sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini yang dijadikan responden adalah orang atau instansi yang dipercayai sebagai narasumber yang berpengalaman dan mengetahui mengenai masalah atau materi yang ditanyakan. Jumlah sampel dalam penelitian ini tidak terlalu banyak tetapi merupakan wakil dari populasi serta memenuhi informasi yang diinginkan. Responden yang dimaksud adalah dinas atau instansi terkait dan termasuk pengelola Taman Wisata Pantai Ngliyep. Adapun orang-orang yang akan dijadikan narasumber antara lain:

1. Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Malang.
2. Kepala Dinas Perum Perhutani Kabupaten Malang
3. Kepala Unit Pantai Ngliyep PD Jasa Yasa
4. Kepala Desa atau sesepuh Masyarakat Lokal

Sedangkan *accidental sampling* adalah adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data (Sugiyono 2013). Dari teknik sampling ini maka populasi yang digunakan adalah wisatawan yang

berkunjung di Taman Wisata Pantai Ngliyep dan sampel nya adalah wisatawan yang kebetulan bertemu dengan peneliti pada saat wawancara dan dipandang cocok sesuai kriteria. Adapun kriteria sampel sebagai berikut:

- Wisatawan yang sudah atau sedang berkunjung ke Taman Wisata Pantai Ngliyep
- Wisatawan yang berumur dewasa, diasumsikan lebih dari 17 tahun.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, pengumpulan data akan dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. Teknik pengumpulan data primer (Survei Primer)
 - a. Observasi

Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Pengamatan yang dilakukan berupa pengamatan terhadap kondisi eksisting di wilayah studi. Selain itu pengamatan ini bertujuan untuk mencari data berupa foto ataupun video di wilayah studi yang terkait dengan penelitian.
 - b. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013), wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dengan teknik wawancara tersebut maka dapat mengumpulkan informasi deskriptif dari berbagai narasumber berupa informasi, pendapat, pengetahuan, serta pengalaman.

c. Kuisioner

Teknik ini dilakukan dengan penyebaran daftar pertanyaan-pertanyaan atau kuisioner yang telah disusun terlebih dahulu kepada responden yang berkaitan dengan permasalahan yang tengah dibahas. Teknik kuisioner yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuisioner semi tertutup dan terbuka yaitu kuisioner dimana setiap pertanyaan telah disertai sejumlah pilihan jawaban kemudian disusul pertanyaan yang tidak terdapat pilihan jawaban sehingga responden memaparkan jawabannya sendiri.

2. Teknik pengumpulan data sekunder (Survei Sekunder)

a. Kajian Literatur

Kajian literatur merupakan dasar dalam melakukan analisis-analisis untuk menghasilkan keluaran yang ingin dicapai. Kajian literatur ini sebagai acuan dalam penyusunan laporan penelitian.

b. Survei Instansi

Survei instansi ini dilakukan untuk mendapatkan data-data dari instansi terkait kebijakan terhadap kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep. Instansi tersebut diantaranya adalah: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang, Kantor Kecamatan Donomulyo, BPS Kabupaten Malang, PD Jasa Yasa, Perum Perhutani Kabupaten Malang serta instansi-instansi yang terkait di dalamnya.

3.6. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini data yang dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Peneliti berusaha mendeskripsikan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan sistematis, dan apa adanya. Dalam penelitian ini, metode analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan kondisi eksisting terkait seluruh aspek wisata di wilayah studi yang meliputi

daya tarik/atraksi, aksesibilitas, fasilitas pendukung, wisatawan, informasi, kelembagaan dan akomodasi.

Untuk sasaran pertama terkait dengan identifikasi karakteristik dari seluruh aspek pariwisata berkelanjutan di kawasan Taman wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Sasaran kedua menganalisis faktor internal dan eksternal dari seluruh aspek pariwisata di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang peneliti menggunakan analisis SWOT. Adapun sasaran ketiga yaitu Merumuskan strategi pengembangan kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang berdasarkan konsep pariwisata berkelanjutan, peneliti menggunakan deskriptif kualitatif dan matriks SWOT.

Dalam analisis ini juga disertakan data pendukung seperti peta, tabel, gambar untuk memperjelas kondisi eksisting wilayah studi.

3.6.1. Analisis SWOT

Alat analisis yang dipakai adalah analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threatment) yaitu kekuatan, kelemahan, kesempatan atau peluang, dan ancaman. Kekuatan dan kelemahan lebih banyak terjadi di lingkungan dalam, sedangkan kesempatan dan ancaman banyak terjadi di luar lingkungan (Rangkuti, 2015). SWOT merupakan alat analisis kualitatif sederhana tetapi telah sangat luas digunakan dalam manajemen termasuk manajemen pengembangan pariwisata. Data-data yang akan digunakan bersumber dari survei sekunder dan observasi lapangan serta dari hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Analisis SWOT dalam bidang pariwisata dapat dimanfaatkan untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata, analisis SWOT dapat merumuskan secara rasional dan berurutan sesuai dengan tujuan keperluannya sebagai berikut:

- a. Memberikan gambaran mengenai permasalahan yang perlu diindikasikan untuk suatu keperluan tertentu.

- b. Menganalisis hubungan antar isu
- c. Memberikan skenario dan strategi keadaan sekarang dan masa datang yang akan dituju

Sebelum menggunakan analisis SWOT melalui matriks SWOT tahapan awalnya yaitu analisis faktor internal dan eksternal. Analisis faktor internal adalah analisis yang menilai prestasi/kinerja yang merupakan faktor kekuatan dan kelemahan yang ada untuk mencapai tujuan organisasi. Sedangkan analisis faktor eksternal adalah analisis yang fokus pada kondisi yang ada dan kecenderungan yang muncul dari luar, tetapi dapat memberi pengaruh kinerja organisasi.

Analisis SWOT dilakukan berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan potensi dan kesempatan namun secara bersamaan dapat meminimalisasi kendala dan ancaman sehingga akan memberikan output berupa target atau perlakuan untuk mencapai tujuan. Contoh tabel metode analisis SWOT dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3. 2. Metode Analisis SWOT

Faktor Penentu		Faktor Internal	
		Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Eksternal	Peluang (O)	SO	WO
	Ancaman (T)	ST	WT

Sumber: Rangkuti, 2015

Dalam analisis matriks SWOT terjadi interaksi penggabungan dari strategi yang meliputi kombinasi interaksi strategi internal-eksternal yang terdiri dari, antara lain:

- a. Strategi SO, yang digunakan untuk menarik keuntungan dari peluang yang tersedia dalam lingkungan eksternal.
- b. Strategi WO, bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang dari lingkungan eksternal.
- c. Strategi ST, bertujuan untuk memperkecil dampak yang akan terjadi dari lingkungan eksternal.

- d. Strategi WT, bertujuan untuk memperkuat dari dalam usaha untuk memperkecil kelemahan internal dan mengurangi tantangan eksternal.

Analisis SWOT ini dilakukan setelah hasil observasi kondisi eksisting di wilayah penelitian dan kajian literatur dari instansi serta hasil wawancara dari narasumber terkait faktor internal dan faktor eksternal yang ada di wilayah kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep.

3.7.Tahapan Penelitian

Penelitian yang dilakukan terdiri dari beberapa tahapan dalam pelaksanaan penelitian ini. Adapun tahapan penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Perumusan Masalah

Tahap ini meliputi identifikasi faktor dan hubungan antar faktor, khususnya hubungan sebab-akibat, sebagai akar dari permasalahan. Dari proses ini kemudian dirumuskan inti masalah dan penjabarannya. Pada tahapan pertama penelitian ini dilakukan identifikasi pokok permasalahan yang terjadi dalam pengembangan kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang. Kemudian akan ditentukan batasan-batasan pembahasan atau ruang lingkup termasuk ruang lingkup wilayah maupun materi.

2. Studi Literatur

Tahapan ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan penulisan, yang berupa teori, studi kasus, contoh penerapan dan hal-hal lain yang relevan. Sumbernya dapat berupa jurnal, makalah, buku, internet, koran dan lain-lain.

3. Pengumpulan Data

Tahapan pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Pada tahap ini harus tetap memperhatikan kekonsistenan sumber data tersebut. Data-data yang dibutuhkan disesuaikan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian.

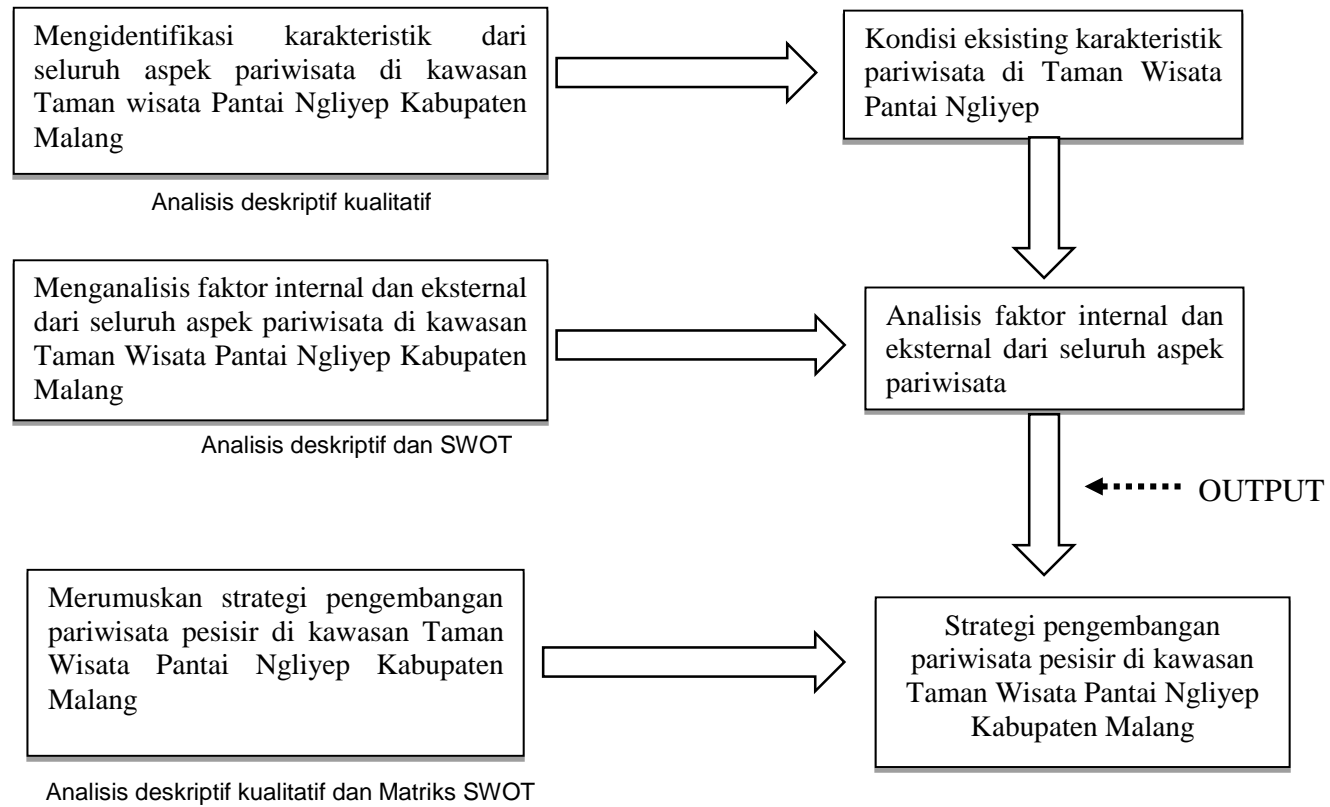
4. Analisis

Setelah data penelitian telah diperoleh secara keseluruhan, maka tahapan selanjutnya dilakukan analisis data tersebut. Pada tahap analisis dilakukan dengan teknik analisis yang sesuai dengan tujuan dari analisis tersebut. Pada tahap ini juga dilakukan penyajian data dari keseluruhan proses pengumpulan data yang telah dilakukan.

5. Penarikan Kesimpulan

Akhir dari proses analisis akan menghasilkan suatu kesimpulan yang akan menjawab tujuan penelitian. Berdasarkan kesimpulan dari seluruh proses penelitian akan dirumuskan rekomendasi yang berupa strategi pengembangan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang yang berkelanjutan.

“Halaman ini sengaja dikosongkan”



Sumber: Penulis, 2017

Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

Tabel 3. 3. Desain survei

No	Sasaran	Indikator	Variabel	Sub Variabel	Kebutuhan Data	Jenis Data	Tahun	Sumber
1	Mengidentifikasi karakteristik dari seluruh aspek pariwisata di kawasan Taman wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang	Komponen, Fasilitas dan Pelaku Pariwisata	Atraksi	1. Atraksi Alam 2. Atraksi Budaya	Kondisi, jenis dan jadwal atraksi di kawasan perencanaan	Primer dan sekunder	Tahun terakhir (2016)	<ul style="list-style-type: none"> • Dinas Pariwisata • PD Jasa Yasa • Dinas Perum Perhutani • Survey lapangan • Kecamatan • Masyarakat Lokal • LSM • Wisatawan
			Fasilitas pendukung	1. Tempat makan dan minum 2. Tempat belanja 3. Fasilitas umum di lokasi wisata	Kondisi, jumlah, kualitas, persebaran fasilitas pendukung di kawasan perencanaan			
			Aksesibilitas	1. Jaringan jalan 2. Angkutan umum	Kondisi, jenis, kualitas, persebaran jaringan jalan dan angkutan di kawasan perencanaan			
			Informasi	1. Promosi lokasi wisata 2. Promosi kegiatan wisata	Promosi dan informasi yang ada terkait kawasan perencanaan			
			Pelaku pariwisata	1. Wisatawan 2. Industri Pariwisata 3. Pendukung Jasa Pariwisata 4. Pemerintah 5. Masyarakat Lokal 6. LSM	Data jumlah wisatawan, Karakteristik wisatawan Peran kegiatan, dan hubungan antar kelembagaan dalam kawasan perencanaan			
			Akomodasi	1. Penginapan	Kondisi, jumlah, kualitas penginapan di kawasan perencanaan			

No	Sasaran	Indikator	Variabel	Sub Variabel	Kebutuhan Data	Jenis Data	Tahun	Sumber
2	Menganalisis faktor internal dan eksternal dari seluruh aspek pariwisata di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang	Komponen, fasilitas dan pelaku Pariwisata	Sama dengan sasaran 1	Sama dengan sasaran 1	Sama dengan sasaran 1	Sama dengan sasaran 1	Tahun terakhir (2016)	Sama dengan sasaran 1
3	Merumuskan strategi pengembangan pariwisata pesisri di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang	Hasil dari sasaran 1 dan 2	Hasil dari sasaran 1 dan 2	Hasil dari sasaran 1 dan 2	Sama dengan sasaran 2	Sama dengan sasaran 2	Tahun terakhir (2016)	Sama dengan sasaran 2

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2017

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum wilayah penelitian yaitu di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang dan tahapan analisa perumusan strategi pengembangannya.

4.1. Gambaran Umum Wilayah Perencanaan

4.1.1. Lokasi Geografis Kawasan Wisata

Taman Wisata Pantai Ngliyep merupakan salah satu lokasi wisata pantai di pesisir selatan Kabupaten Malang, Terletak di tepi Samudera Hindia tepatnya di Desa Kedungsalam, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Secara geografis Desa Kedungsalam terletak pada 8,1943 LS dan 112,2705 BT. Adapun batas daerahnya adalah sebagai berikut:

Sebelah Barat	: Desa Tempusari dan Desa Mentaraman
Sebelah Timur	: Desa Banjarejo
Sebelah Utara	: Desa Telogosari
Sebelah Selatan	: Samudra Hindia

Wilayah Desa Kedungsalam Kecamatan Donomulyo Kabupaten Malang terletak pada wilayah dataran tinggi. Luas wilayah Desa Kedungsalam adalah 33.56 km² atau 3.356 ha. Desa terluas dari 10 Desa di Wilayah Kecamatan Donomulyo Kabupaten Malang.

A. Kondisi Topografi

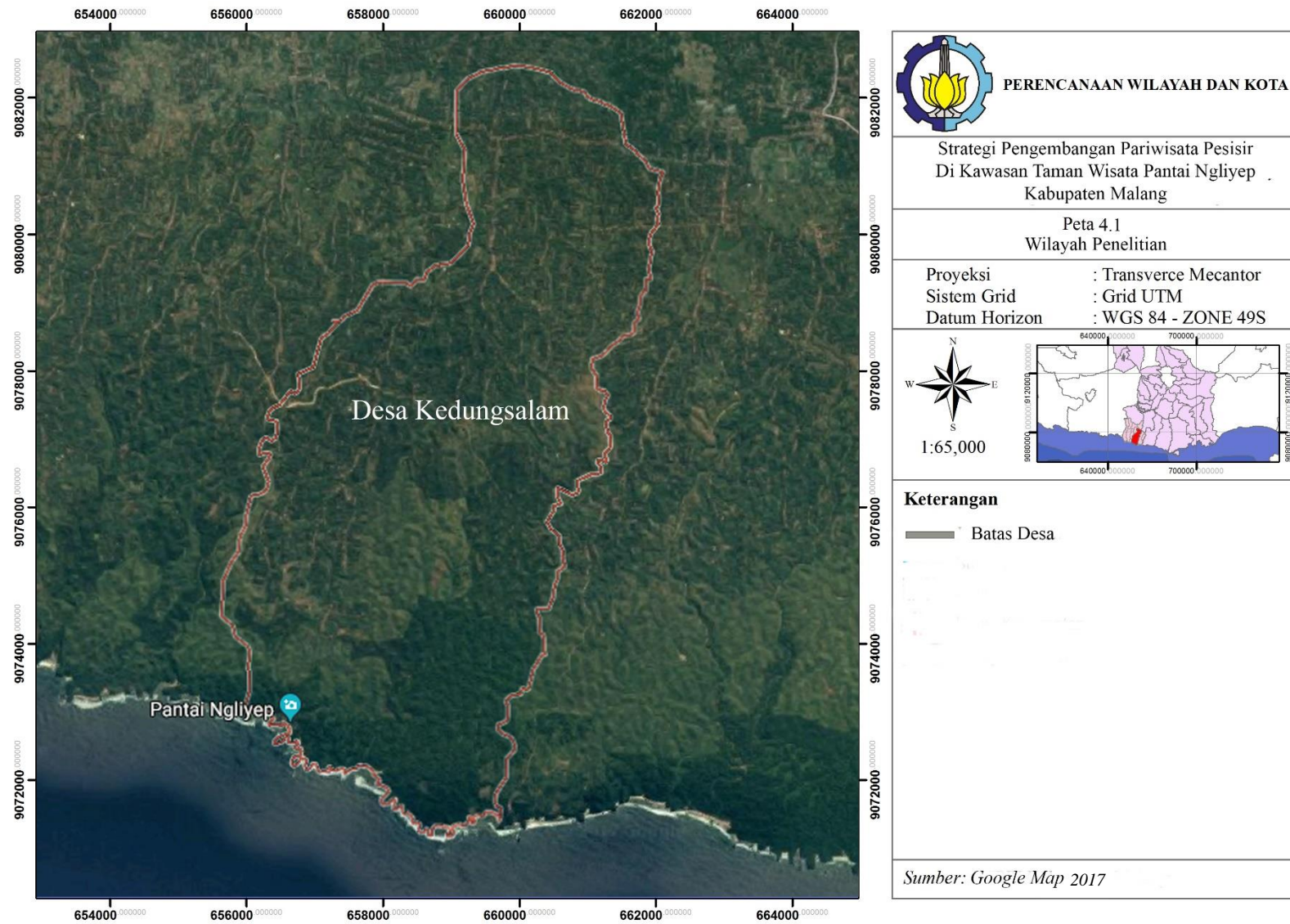
Berdasarkan topografinya, desa Kedungsalam merupakan perbukitan dan pantai. Mengacu pada hasil survei dan data ketinggian wilayah dapat diketahui bahwa desa Kedungsalam mempunyai topografi Antara 0-350 mdpl. Wilayah datar sebagian besar terletak di Dusun Krajan dan Salamrejo, sedangkan wilayah bergelombang terletak di Dusun Summersih dan Dusun Ngliyep.

B. Kondisi Iklim

Iklim yang dimiliki Desa Kedungsalam adalah tropis, sehingga meliputi musim kemarau dan musim penghujan. Pada musim penghujan terjadi selama 6 bulan mulai dari bulan Nopember sampai bulan April. Sedangkan musim kemarau terjadi mulai dari bulan Mei hingga bulan Oktober. Rata-rata suhu di desa Kedungsalam yaitu 29 derajat celcius.

4.1.2. Kependudukan

Desa Kedungsalam memiliki jumlah penduduk tertinggi kedua dibawah desa Donomulyo, diantara 10 desa lain di Kecamatan Donomulyo. Berdasarkan data BPS pada Kecamatan Donomulya Dalam Angka Tahun 2017 jumlah penduduk di Desa Kedungsalam per tahun 2015 adalah 10.428 jiwa dari 62.548 jiwa total penduduk yang ada di Kecamatan Donomulyo. Terdiri dari 5.515 laki-laki dan 4.913 perempuan, sex ratio 112,25%. Desa Kedungsalam terdiri dari 4 Dusun, 22 Rukun Warga (RW) 92 Rukun Tetangga (RT) 2.846 Kepala Keluarga (KK).



Sumber: Google Map, 2017

Gambar 4. 1 Peta Wilayah Penelitian

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

4.1.3. Atraksi

Atraksi wisata merupakan salah satu faktor penarik wisatawan untuk hadir pada lokasi objek wisata, atraksi wisata yang menarik akan menjadi faktor penentu untuk meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, maka dari itu atraksi wisata ini perlu dikelola dan dikembangkan dengan baik. Taman Wisata Pantai Ngliyep memiliki daya tarik berupa atraksi alam dan atraksi budaya yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Taman Wisata Pantai Ngliyep.

4.1.3.1. Atraksi Alam

Dengan luas areal sekitar kurang lebih 10 Hekatare. Atraksi alam yang ditawarkan di Taman Wisata Pantai Ngliyep yaitu berupa pemandangan alam pantai yang indah, hamparan pasir putih dikelilingi oleh tebing yang curam serta suasana yang sejuk karena dikelilingi pohon-pohon yang rindang dan hamparan hutan tropis.

Sebelah timur pantai terdapat sebuah teluk dengan pemandangan yang indah dan alami, teluk tersebut bernama Teluk Putri, lokasinya bersebelahan dengan Pantai Ngliyep yang dibatasi tebing tinggi. Wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Pantai Ngliyep bisa sekaligus menikmati keindahan Teluk Putri dengan hanya melewati tebing di sebelah timur pantai melalui jalan setapak yang sudah dibuat oleh pengelola.

Sedikit ke timur ada sebuah pulau kecil bernama Gunung Kombang yang didalamnya terdapat sebuah petilasan yang di gunakan masyarakat untuk berdoa atau bersemedi disetiap malam Jumat. Di gunung Kombang ini pula, masyarakat lokal menjadikan tempat ini sebagai tempat ritual Upacara Labuhan yang diadakan setiap tahunnya.

Bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke wisata ini, loket dibuka mulai jam 8 pagi hingga jam 6 sore. Wisatawan yang berkunjung hanya bisa menikmati pemandangan alam dan bermain disekitar pantai saja, karena pantai Ngliyep memiliki gulungan ombak

yang cukup tinggi. Sehingga dari pihak pengelola memberi himbauan berupa papan larangan untuk tidak berenang di laut.



Sumber: survei primer, 2017

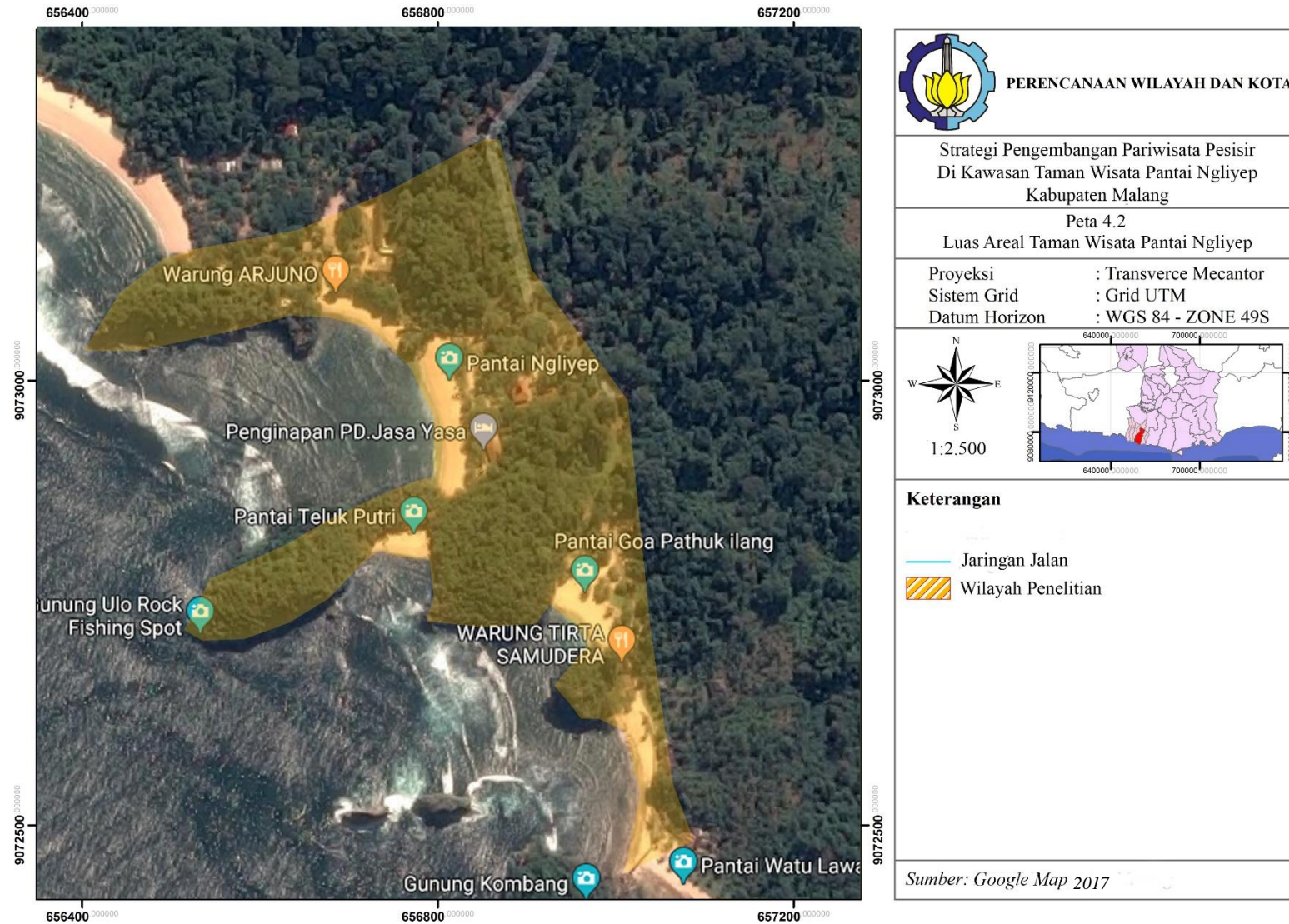
Gambar 4. 2 Panorama alam Pantai Ngliyep

Namun keindahan alam pantai ini sedikit tercemar dengan kondisi lingkungan yang kurang bersih dimana sampah-sampah berserakan di sekitar pantai. Jumlah tempat sampah juga terhitung sedikit. Sistem persampahan di kawasan ini yaitu dengan cara dikumpulkan dari beberapa tong sampah yang sudah disebar di sekitar area pantai kemudian sampah tersebut ditimbun, ada pula sampah yang dibuang oleh wisatawan secara sembarangan dikumpulkan lalu dibakar, sehingga menimbulkan polusi udara berupa asap serta bekas pembakaran yang tidak dibersihkan.



Sumber: survei primer, 2017

Gambar 4. 3 Sampah yang dibakar



Sumber: Google Map, 2017

Gambar 4. 4 Peta Luas Areal Taman Wisata Pantai Ngliyep

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

4.1.3.2. Atraksi Budaya

Taman Wisata Pantai Ngliyep memiliki daya tarik budaya yaitu berupa tradisi budaya masyarakat lokal, dimana setiap tanggal 14 bulan Maulud tahun Hijriyah diadakan acara khas adat masyarakat lokal yaitu acara Upacara Labuhan. Kegiatan upacara labuhan ini sudah menjadi kegiatan turun-temurun masyarakat lokal yaitu berupa selamatan dengan menyembelih hewan ternak yang disedekahkan kepada masyarakat sekitar pantai, serta sebagian makanan juga dilarung atau ditebarkan ke tengah laut. Adapun dana kegiatan ini bersumber dari iuran warga yang mengikuti tradisi acara Labuhan.



Sumber: <http://suryamalang.tribunnews.com>, 2017

Gambar 4. 5 Upacara Labuhan

4.1.4. Fasilitas Pendukung

4.1.4.1. Tempat Makan dan Minum

Fasilitas tempat makan dan minum di area wisata merupakan fasilitas penyedia kebutuhan pangan yang mampu menjadi daya tarik wisata suatu daerah jika dilihat dari kekhasaan kuliner yang ditawarkan. Di Taman Wisata pantai Ngliyep terdapat beberapa bangunan warung makan semi permanen milik warga yang berjejer dan tertata rapi di kawasan wisata dengan kondisi cukup baik, namun jumlahnya masih terhitung sedikit. Tempat ini dikelola langsung oleh masyarakat lokal Desa Kedungsalam. Menjual berbagai makanan dan minuman. Makanan khas yang disajikan yaitu makanan khas pantai berupa makanan hasil laut dengan didampingi minuman es kelapa

muda. Ada pula beberapa makanan ringan siap saji seperti mie instan, kopi dalam kemasan, dsb. Harga yang ditawarkan oleh penjual makanan dirasa wisatawan relatif cukup murah. Pelayanan dan kondisi kebersihan makanan pun dinilai cukup bersih oleh wisatawan.



Sumber: survei primer, 2017

Gambar 4. 6 Tempat makan makan dan minum

Namun dari semua tempat makanan dan minuman tidak semua yang buka, beberapa tampak terlihat tutup dan tidak dirawat oleh pemiliknya. Bangunan terlihat mangkrak dan terlihat kumuh. Hal ini disebabkan karena turunnya jumlah wisatawan.



Sumber: survei primer, 2017

Gambar 4. 7 Warung makan yang ditinggal pemiliknya

4.1.4.2. Tempat Belanja

Tempat belanja yang dimaksud dalam hal ini adalah toko souvenir yang ada di lokasi Taman wisata Pantai Ngliyep. Kondisi toko souvenir di kawasan wisata ini sama halnya dengan kondisi tempat makan dan minum, letaknya berjajar disekitar kawasan pantai dengan bangunan semi permanen. Kondisi dan kebersihan toko souvenir di lokasi ini sudah cukup baik, namun jumlahnya masih terhitung sedikit. Adapun barang yang dijual yaitu berupa pakaian pantai, topi pantai, kacamata dan oleh-oleh yang terbuat dari kerang. Toko souvenir ini di kelola langsung oleh masyarakat lokal Desa Kedungsalam. Dari pihak PD Jasayasa sudah merencanakan akan menambah jumlah toko souvenir tersebut dengan menggunakan dana hibah dari Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang.



Sumber: survei primer, 2017

Gambar 4. 8 Toko Souvenir

4.1.4.3. Fasilitas Umum

1. Area Bermain

Area bermain di Taman wisata Pantai Ngliyep yaitu disekitar bibir pantai. Berupa hamparan pasir pantai, spot foto, pendopo dan beberapa ayunan. Wisatawan yang berkunjung hanya bisa bermain di sekitar area pantai, dan tidak diperbolehkan untuk berenang, karena ombak di pantai Ngliyep ini cukup besar. Area bermain ini dikelola langsung oleh PD. Jasaya.



Sumber: survei primer, 2017

Gambar 4. 9 Area Bermain

2. Tempat Parkir

Tempat parkir di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep sudah tersedia, pada musim liburan atau akhir pekan kebutuhan parkir sudah bisa terpenuhi karena memiliki area yang sangat luas. Selain itu, keunggulan tempat parkir ini adalah seluruh area parkir di tumbuhi pohon-pohon yang rindang, sehingga kendaraan wisatawan tidak akan kepanasan. Biaya tempat parkir kendaraan roda 4 di kawasan ini sebesar Rp10.000 dan Rp 5.000 untuk kendaraan roda 2. Area tempat parkir ini dikelola oleh masyarakat lokal hasil binaan pengelola PD JasaYasa.



Sumber: survei primer, 2017

Gambar 4. 10 Tempat Parkir

3. Toilet Umum

Secara fisik kondisi bangunan toilet umum dikawasan wisata ini masih kurang baik. Kebersihannya kurang dijaga oleh pengelola. Sehingga setiap akan masuk dalam toilet tercium bau yang kurang sedap. Wisatawan yang ingin menggunakan fasilitas ini tidak dikenakan biaya. Namun, terdapat kotak sumbangan sukka rela untuk biaya kebersihan.



Sumber: survei primer, 2017

Gambar 4. 11 Toilet Umum

4. Tempat Ibadah

Tempat ibadah yang berada di kawasan wisata ini yaitu berupa mushola yang memiliki kondisi fisik yang kurang memadai . Selain ukurannya kecil, kondisi bangunan sudah terlihat rapuh untuk sebuah lokasi objek wisata, juga kurang bersih. Sehingga wisatawan enggan melaksanakan ibadah di fasilitas ini.



Sumber: survei primer, 2017

Gambar 4. 12 Mushola

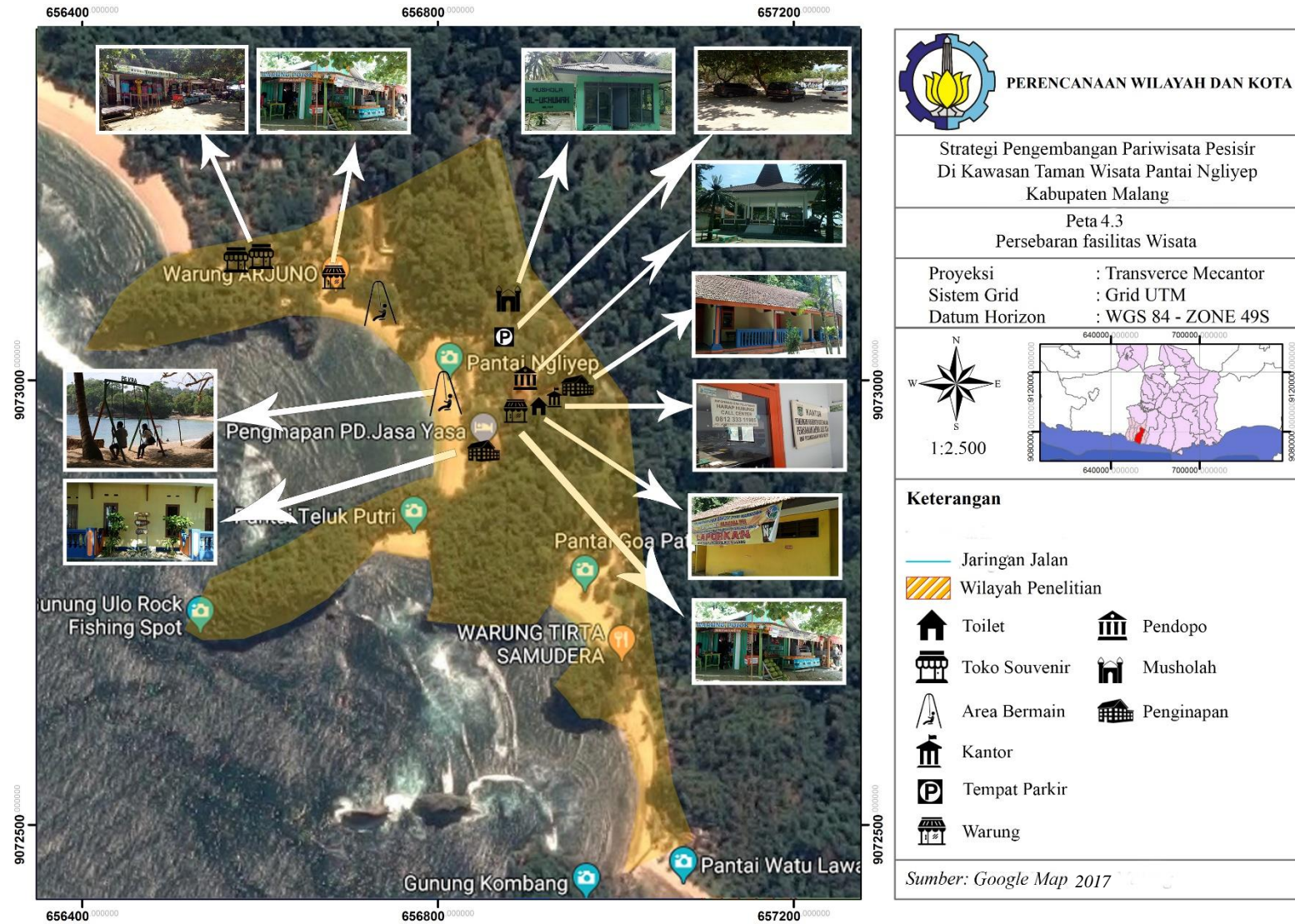
4.1.4.4. Akomodasi

Fasilitas akomodasi yang tersedia di kawasan taman wisata pantai Ngliyep ada 2 yaitu Penginapan Majapahit dengan harga sewa Rp 150.000,- permalam, dan Penginapan Mataram yang memiliki keunggulan langsung menghadap ke laut, dengan harga sewa Rp 250.000,- permalam. Fasilitas ini cocok bagi wisatawan yang ingin bermalam di lokasi pantai tanpa harus membawa perlengkapan tenda. Semua penginapan tersebut memiliki kondisi fisik yang cukup baik karena dikelola langsung oleh PD Jasa Yasa. Wisatawan yang ingin menginap di penginapan ini tidak bisa melakukan reservasi terlebih dahulu karena di lokasi ini belum ada jaringan telepon, sehingga wisatawan harus datang langsung ke lokasi wisata untuk melakukan pemesanan.



Sumber: survei primer, 2017

Gambar 4. 13 Penginapan



Sumber: Google Map, 2017

Gambar 4. 14 Peta Persebaran Fasilitas Wisata

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

4.1.5. Aksesibilitas

Wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata pantai Ngliyep mayoritas menggunakan kendaraan pribadi seperti mobil dan motor, ada pula yang menggunakan kendaraan sewa seperti elf, bus atau truk untuk menuju lokasi wisata.

Kondisi dan dimensi jalan di Desa Kedungsalam mempengaruhi aksesibilitas menuju Pantai Ngliyep. Kondisi jalan yang terdapat di Desa Kedungsalam menuju lokasi wisata sudah cukup baik, namun sebagian jalan kondisinya berlubang dan bergelombang. Dimensi jalan dari Kecamatan Kepanjen sampai Kecamatan Donomulyo memiliki lebar 6 meter, setelah masuk desa Kedungsalam jalan mulai mengecil menjadi 4 meter. Selain itu, kondisi jalan yang naik turun dan berkelok-kelok membuat pengendara khususnya roda empat harus berhati-hati dan mengurangi kecepatannya saat berpapasan dengan kendaraan lain.



Sumber: survei primer, 2017

Gambar 4. 15 Akses jalan menuju lokasi

Jaringan jalan di Desa Kedungsalam sebagian besar sudah memiliki perkerasan aspal, termasuk jalan akses menuju Taman Wisata Pantai Ngliyep, karena sekitar tahun 1980 sudah dilakukan pengaspalan oleh pemerintah setempat. Jaringan jalan menuju lokasi wisata juga sudah dilengkapi dengan rambu-rambu dan penunjuk arah mulai dari Kepanjen sampai Donomulyo.



Sumber: survei primer, 2017

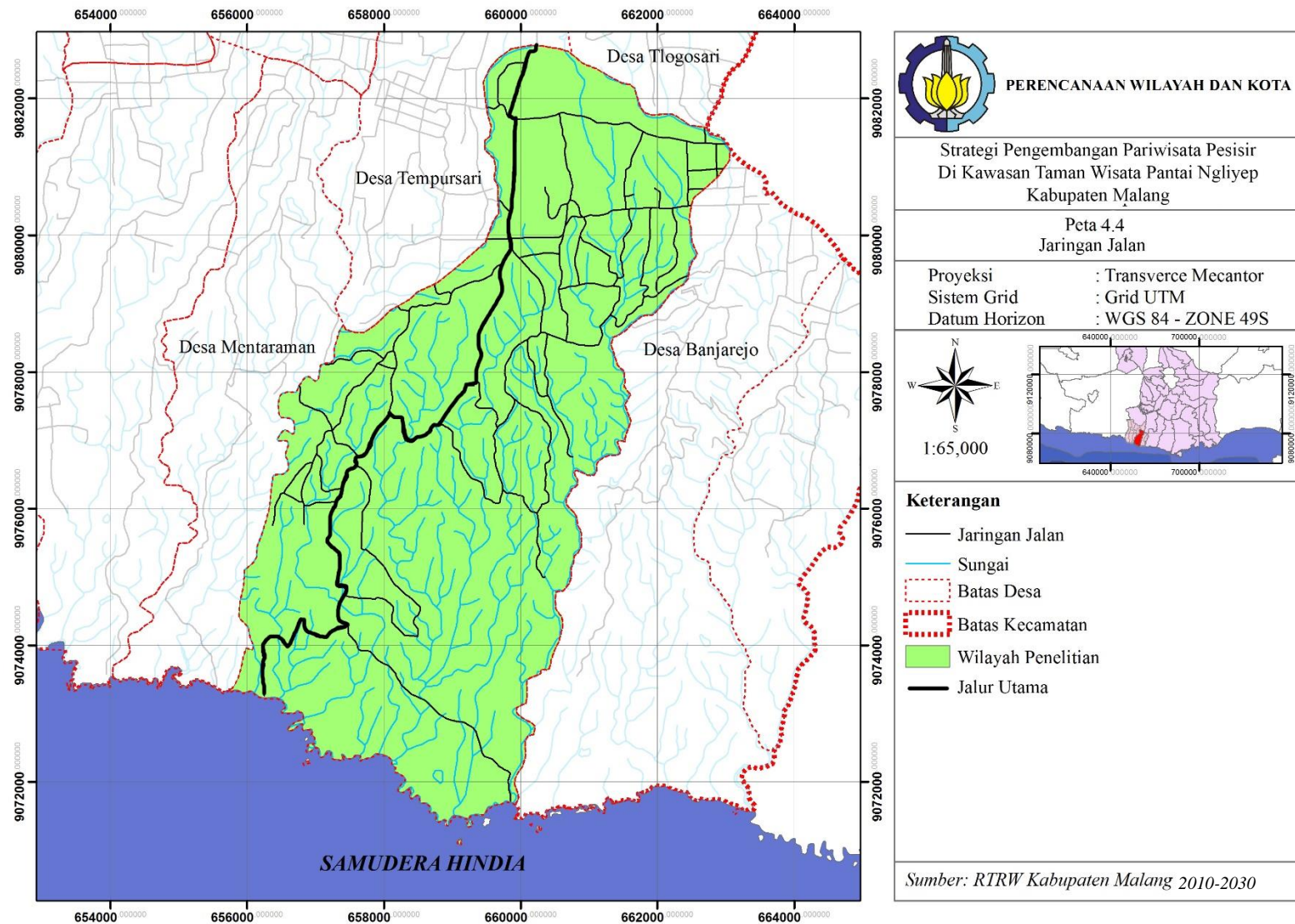
Gambar 4. 16 Rambu penunjuk arah

Jika wisatawan menggunakan angkutan umum dari kota Malang, wisatawan bisa menggunakan angkutan umum berupa angkot dengan jalur GN1, yaitu jalur Gadang-Ngliyep melewati Donomulyo atau jalur GN2, jalur Gadang-Ngliyep melewati Sumbermanjing kulon atau Kecamatan Pagak. Angkutan ini beroperasi mulai pagi hingga sore hari dengan kondisi yang cukup baik. Namun, kebanyakan angkot yang beroperasi hanya berhenti di pertigaan desa Sumbermanjing. Selanjutnya wisatawan harus menyewa ojek sepeda motor untuk bisa sampai ke lokasi wisata.



Sumber: survei primer, 2017

Gambar 4. 17 Angkutan Umum



Sumber: Penulis, 2017

Gambar 4. 18 Peta Jaringan Jalan

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

4.1.6. Informasi dan Promosi

4.1.6.1. Informasi

Dilokasi Taman wisata Ngliyep sudah banyak papan-papan informasi di sekitar kawasan pantai. Namun sayangnya, papan informasi ini banyak yang ditempel pada pohon-pohon dengan menggunakan paku. Hal ini mengakibatkan mengganggu kelestarian pohon, pohon menjadi rentan terhadap penyakit karena kekuatan kayu pada pohon tersebut berkurang. Adapun pusat informasi, berada di sebelah penginapan dengan kondisi bangunan yang cukup kecil. Pusat informasi ini dikelola oleh PD Jasa yasa. Kegiatan di pusat informasi ini yaitu memberikan informasi terkait kegiatan, penginapan, fasilitas, pengumuman dan himbauan kepada wisatawan.



Sumber: survei primer, 2017

Gambar 4. 19 Papan Informasi

4.1.6.2. Promosi

Promosi Taman Wisata Pantai Ngliyep banyak melalui media elektronik, yaitu berupa blog, website ataupun sosial media. Perusahaan daerah pengelola Taman Wisata Pantai Ngliyep PD Jasa Yasa memiliki website resmi terkait promosi dan kontak yang bisa dihubungi untuk informasi lebih lanjut terkait Taman Wisata Pantai

Ngliyep. Selain itu, sudah banyak orang atau instansi yang mereview terkait keindahan alam dan eksotisnya Taman Wisata Pantai Ngliyep, serta kegiatan adat Upacara Labuhan.

4.1.7. Pelaku Pariwisata

4.1.7.1 Industri Pariwisata

Taman Wisata Pantai Ngliyep saat ini memiliki dua pihak pengelola terbukti dengan adanya dua tiket yang harus dibayarkan wisatawan di loket retribusi sebelum masuk ke lokasi wisata. Pengelola yang pertama adalah pihak perusahaan daerah yang diberi mandat langsung oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Malang untuk mengelola fasilitas, kegiatan dan penginapan di kawasan wisata ini yaitu PD Jasa Yasa, dan yang kedua adalah Perum Perhutani, mengingat lokasi Taman Wisata Pantai Ngliyep berada di kawasan hutan lindung di pesisir Kabupaten Malang bagian selatan. Sebelumnya, sempat terjadi konflik kelembagaan diantara dua lembaga ini. Dulunya dua lembaga ini tidak mau bekerjasama dalam pengelolaan, akibatnya adanya dua loket retribusi sebelum memasuki lokasi wisata. Namun, dua tahun terakhir permasalahan tersebut sudah bisa terselesaikan, dua industri pariwisata tersebut bisa berkerja sama menjadi satu atap dalam pengelolaan dalam pengelolaan lokasi wisata ini.



Sumber: survei primer, 2017

Gambar 4. 20 Loket Retribusi

4.1.7.2. Masyarakat Lokal

Masyarakat lokal yang dimaksud dalam hal ini adalah masyarakat Desa Kedungsalam Kecamatan Donomulyo Kabupaten Malang. Masyarakat disini mayoritas bekerja sebagai petani dan kuli bangunan. Hanya beberapa saja yang bekerja di sektor pariwisata. Respon masyarakat terhadap lokasi wisata ini sangat baik. Hal ini dibuktikan masyarakat ikut serta dalam hal menjaga dan melestarikan kebersihan lingkungan di kawasan wisata ini dengan mengadakan bakti sosial bersih-bersih setiap 3 minggu sekali. Serta bekerja sama dengan pihak pengelola.

Dengan adanya kawasan wisata ini masyarakat lokal mendapatkan peluang usaha untuk mendapatkan sumber mata pencaharian sehari-harinya. Para pemuda desa dibina untuk menjadi pengelola tempat parkir. Sebagian warga ada pula yang menjadi pedagang penjual makanan, minuman dan souvenir di kawasan wisata ini. Namun sayangnya masyarakat lokal disini tingkat kerahmatamaannya masih minim, masyarakat bersikap acuh tak acuh kepada wisatawan dan belum bisa menjadi *tour guide* untuk wisatawan yang berkunjung.

4.1.7.3. Pemerintah

Lembaga pemerintah yang menaungi lokasi wisata ini adalah Pemerintah Daerah Kabupaten Malang, khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang, yang kemudian memberikan mandat kepada Perusahaan Daerah PD Jasa Yasa untuk menjadi pengelola kawasan ini. Selain itu, kawasan ini juga dikelola oleh KPH Perum Perhutani Kabupaten Malang. Mengingat lokasi wisata ini berada di kawasan Hutan Lindung.

Peran dan fungsi dari lembaga pemerintah tersebut ialah membuat program dan kebijakan terkait pengelolaan lokasi wisata kedepannya serta mengevaluasi program yang sudah ada.

4.1.7.4. Pendukung Jasa pariwisata

Pendukung jasa pariwisata di kawasan ini berupa penjual bahan bakar kendaraan berupa SPBU yang sekaligus menjadi *rest area* bagi wisatawan yang ingin buang air kecil atau beribadah. Ada pula penjual bensin eceran digital yang dikelola oleh warga sekitar. Selain itu, ada pula mini market yang buka di sepanjang jalan menuju lokasi wisata. Pendukung jasa pariwisata lainnya yaitu berupa mesin anjungan tunai (ATM) yang berada di beberapa SPBU dan minimarket. Di kawasan wisata ini belum adanya pihak investor yang mau bekerjasama dalam langkah pengembangan kawasan. Sehingga rencana pengembangan di kawasan ini dinilai lamban. Karena kurangnya modal danan untuk pengembangan.

4.1.7.5. LSM

Berdasarkan data BPS kabupaten Malang Di Desa Kedungsalam khususnya di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep belum ada lembaga kemasyarakatan atau LSM yang ikut serta dalam pengelolaan atau pengembangan lokasi wisata ini. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Kepala Unit Ngliyep dari PD Jasayasa bahwa hanya ada sekumpulan masyarakat yang mengaku sebagai pecinta lingkungan, dimana kegiatan mereka hanya memberikan saran terhadap pengelola, tanpa memberikan aksi nyata di lokasi wisata tersebut.

4.1.7.6. Wisatawan

Wisatawan yang berkunjung pada kawasan wisata didominasi oleh masyarakat dari luar Kecamatan Donomulyo dan bahkan dari luar Kabupaten Malang. Mayoritas wisatawan yang datang adalah pelajar atau mahasiswa dan keluarga dengan menggunakan kendaraan pribadi.

Sedangkan untuk jumlah pengunjung Kawasan Taman wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1. Data Kunjungan Wisatawan Tahun 2017

	Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3	Jumlah
Triwulan 1 (Jan, Feb, Mar)	17.000	3.167	3.599	23.766
Triwulan 2 (Apr, Mei, Jun)	5.333	4.626	10.184	20.143
Triwulan 3 (Jul, Agu, Sep)	10.786	3.778	5.266	19.830
Total				63.739

Sumber: Disparbud Kabupaten Malang, 2017

Dari hasil data pengunjung selama 3 Triwulan pada Tahun 2017 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung Taman Wisata Pantai Ngliyep mengalami penurunan jumlah pengunjung. Total pengunjung Taman Wisata Pantai Ngliyep selama 3 triwulan sebesar 63.738 pengunjung, jika dibandingkan dengan Pantai Pasir Panjang yang lokasinya bersebelahan dengan Pantai Ngliyep, pantai Pasir Panjang memiliki jumlah pengunjung lebih banyak yaitu sebesar 90.839 pengunjung. Jika dibandingkan dengan Pantai Balekambang jumlah pengunjung sebesar 323.842. Hal ini membuktikan wisatawan lebih memilih objek wisata baru yang memiliki daya tarik baru dan menarik.

Selain itu, wisatawan yang berkunjung Taman Wisata pantai Ngliyep masih belum sadar lingkungan. Terlihat bahwa sampah yang berserakan tidak hanya sampah daun kering tapi juga sampah sisa bungkus makanan dan minuman. Dari pihak pengelola, sampah yang berserakan sudah dikumpulkan, namun beberapa sampah dibakar sehingga menyebabkan polusi udara.

Wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata taman Ngliyep didominasi oleh wisatawan yang memiliki tujuan untuk melihat objek pemandangan yang menarik dan mencari ketenangan. Karena Taman Wisata Pantai Ngliyep sudah terkenal sejak dulu tentang keindahan panorama alamnya. Hal ini didukung pula dengan adanya hutan tropis yang berada disekitar area pantai. Ada pula wisatawan yang

berkunjung bertujuan untuk kegiatan kampus atau sekolah, kegiatan studi serta penelitian.

Wisatawan yang berkunjung kebanyakan dari luar Kabupaten Malang atau area sekitaran Malang, seperti dari Kota Malang, Kota Batu, Kota Surabaya, Kota Blitar, Kota sidoarjo dll. Sedangkan wisatawan yang berasal dari Kabupaten Malang berasal dari Kecamatan Kepanjen dan Kecamatan Pagak. Ada pula wisatawan dari Kecamatan Donomulyo dari beberapa desa di sekitar desa Kedungsalam.

Adapun lama perjalanan wisatawan, jika dihitung dari pusat kota Malang, jarak dari kota malang ke Taman Wisata Pantai Ngliyep adalah sekitar 67 Km dan lama perjalanannya sekitar 2 jam perjalanan. Jika dari kota Surabaya ke Pantai Ngliyep pantai Ngliyep jaraknya sekitar 158 Km dan lama perjalanan sekitar 4 setengah jam. Wisatawan yang berasal dari kota Blitar yang jaraknya sekitar 63 Km, maka lama perjalanannya sekitar 2 jam perjalanan. Rata-rata lamanya kunjungan wisatawan di wisata ini yaitu sekitar 4 jam. Jika dijumlahkan dengan lamanya kunjungan dan perjalanan pulang maka rata-rata pengunjung menghabiskan waktu sekitar 8-12 jam.



Sumber: survei primer, 2017

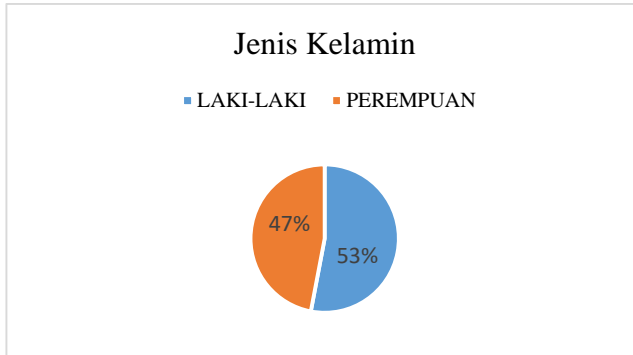
Gambar 4. 21 Wisatawan

Dari hasil kuisioner didapatkan juga karakteristik wisatawan yang berkunjung diTaman Wisata Pantai Ngliyep, antara lain:

1. Jenis Kelamin

Mayoritas pengunjung yang datang di kawasan ini adalah laki-laki, walaupun perbandingannya hanya sedikit jika dibandingkan

dengan pengunjung perempuan. Dari hasil kuisioner, pengunjung laki-laki sebesar 57% dan perempuan 43%. Presentase perbandingan jenis kelamin wisatawan bisa dilihat pada grafik dibawah ini.

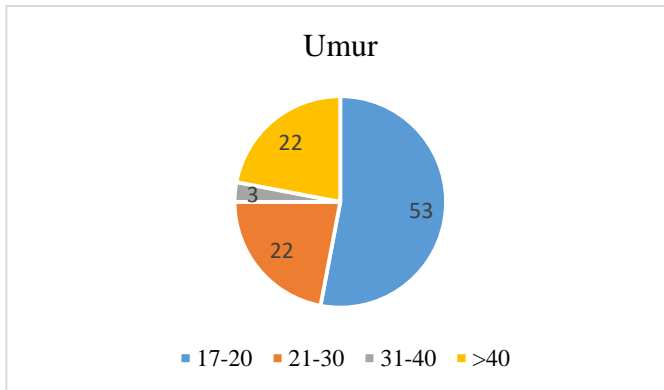


Sumber: survei primer, 2017

Gambar 4. 22 Grafik Jenis Kelamin wisatawan

2. Usia

Usia pengunjung di dominasi oleh pengunjung berusia 17-20 tahun, setelah itu usia 21-30 tahun dan lebih dari 40 tahun, serta yang paling sedikit adalah wisatawan yang berusia 31-40 tahun.



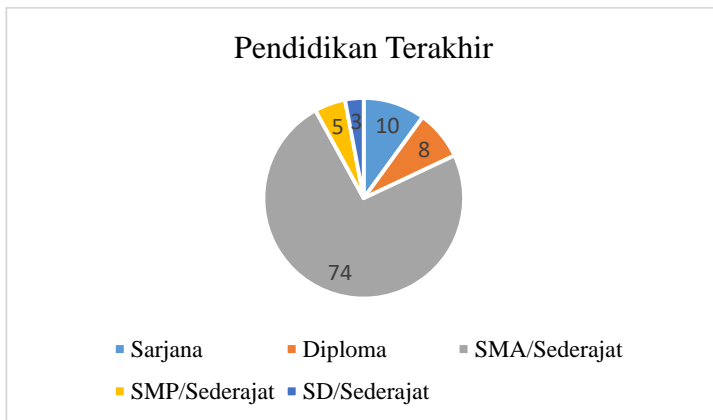
Sumber: survei primer, 2017

Gambar 4. 23 Grafik Usia wisatawan

3. Pendidikan dan Pendapatan

Tingkat pendidikan wisatawan yang berkunjung didominasi oleh wisatawan lulusan SMA/Sederajat. Selanjutnya tingkat sarjana, diploma, dan SMP/Sederajat, serta yang paling sedikit dari tingkat lulusan SD/Sederajat. Hal ini menunjukkan mayoritas wisatawan adalah mahasiswa atau pelajar. B

Berhubungan dengan tingkat pendidikan, tingkat pendapatan wisatawan per bulan juga didominasi dengan wisatawan dengan penghasilan per bulan kurang dari 500.000 rupiah. Dan tingkat pendapatan pun beragam mulai dari kurang dari 500 ribu hingga lebih dari 5 juta perbulan.



Sumber: survei primer, 2017

Gambar 4. 24 Grafik Tingkat Pendidikan Wisatawan

4.2. Hasil Analisis dan Pembahasan

4.2.1. Identifikasi Karakteristik Seluruh Aspek Pariwisata

Dari hasil observasi dan wawancara serta didukung dengan kajian literatur didapatkan karakteristik seluruh aspek pariwisata di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang. Adapun karakteristik kawasan Taman Wisata pantai Ngliyep bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 2. Karakteristik per Aspek

NO	ASPEK	KARATERISTIK
1	Atraksi Alam	Memiliki area yang luas, hamparan pasir pantai indah, dikelilingi tebing yang curam, ombak yang tinggi, udara yang sejuk, hamparan pohon hutan tropis jauh dari pusat kota (sunyi) Didukung juga dengan adanya Teluk Putri dengan pemandangan yang indah dan sebuah petilasan yang berlokasi di Gunung Kombang
2	Atraksi Budaya	Terdapat budaya masyarakat lokal, berupa upacara adat Labuhan yang dilaksanakan tiap tahun pada tanggal 14 bulan Maulud, acara yang dilaksanakan oleh masyarakat dengan sumber dana dari masyarakat. Menjadi agenda besar tahunan Kabupaten Malang.
3	Tempat Makan dan Minum	Memiliki bangunan semi permanen, menjual makanan khas pesisir seperti ikan bakar dan es kelapa muda, kondisi kebersihan masih kurang, harga yang tidak terlalu mahal, dikelola oleh masyarakat lokal.

NO	ASPEK	KARATERISTIK
4	Tempat Belanja Souvenir	Memiliki bangunan semi permanen, lokasinya bersebelahan dengan tempat penjual makanan, menjual berupa pakaian pantai, topi pantai, kacamata dan oleh-oleh yang terbuat dari kerang, dikelola langsung oleh masyarakat lokal.
5	Fasilitas Umum	<p>Memiliki area bermain, tempat parkir, toilet umum, tempat ibadah,</p> <p>Area bermain berada di sekitar bibir pantai berupa hamparan pasir pantai, spot foto dan beberapa ayunan.</p> <p>Tempat parkir kendaraan luas, dinaungi pohon rindang, biaya parkir dari 5 ribu sampai 10 ribu rupiah.</p> <p>Toilet umum kondisinya masih kurang, jumlahnya masih sedikit, bangunan semi permanen, berbau tidak sedap dan kotor.</p> <p>Tempat ibadah (mushola) bentuknya sangat kecil, kondisi bangunan lama, tidak terawat, lokasinya diujung sebelah utara dekat pintu masuk.</p> <p>Semua fasilitas umum dikelola oleh PD Jasa Yasa, kecuali tempat parkir yang dikelola oleh masyarakat lokal.</p>
6	Akomodasi	Terdapat penginapan di lokasi wisata, yang dikelolal PD JasaYasa. Ada dua tipe penginapan dengan harga yang berbeda. 150 ribu rupiah permalam untuk penginapan yang menghadap ke area parkir, dan 250 ribu rupiah permalam untuk penginapan yang menghadap langsung kepantai.

NO	ASPEK	KARATERISTIK
7	Aksesibilitas	Sudah memiliki jaringan jalan yang beraspal, dilengkapi rambu-rambu jalan dan penunjuk jalan. Dimensi jalan mengecil setelah masuk desa Kedungsalam. Terdapat angkutan umum berupa angkot yang beroperasi menuju desa Kedungsalam.
8	Informasi Promosi	Sudah terdapat pusat informasi di lokasi wisata, yang dikelola langsung PD JasaYasa. Ada juga papan informasi yang di pasang disekitar area wisata. Promosi didominasi dari <i>website</i> atau sosial media. PD JasaYasa sudah memiliki website resmi yang digunakan untuk promosi dan informasi terkait Taman Wisata Pantai Ngliyep
9	Industri Pariwisata	Memiliki dua pihak pengelola. Pengelola pertama adalah pihak perusahaan daerah yang diberi mandat langsung oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Malang yaitu PD Jasa Yasa, dan yang kedua adalah Perum Perhutani, mengingat lokasi Taman Wisata Pantai Ngliyep berada di kawasan hutan lindung di pesisir Kabupaten Malang.
10	Masyarakat Lokal	Masyarakat desa Kedungsalam Kecamatan Donomulyo Kabuten Malang. Respon masyarakat terhadap lokasi wisata ini sangat baik. Masyarakat ikut serta dalam pengelolaan dan pelestarian lokasi wisata ini. Masyarakat juga dapat peluang usaha dengan adanya lokasi ini
11	Pemerintah	Lembaga pemerintah yang menaungi lokasi wisata ini adalah Pemerintah Daerah Kabupaten Malang, khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang, yang kemudian memberikan mandat

NO	ASPEK	KARATERISTIK
		kepada Perusahaan Daerah PD Jasa Yasa. Selain itu, kawasan ini juga dikelola oleh KPH Perum Perhutani Kabupaten Malang.
12	Pendukung Jasa Pariwisata	Pendukung jasa pariwisata di kawasan ini berupa penjual bahan bakar kendaraan berupa SPBU. Ada pula penjual bensin eceran digital yang dikelola oleh warga sekitar. Selain itu, ada pula mini market dan mesin anjungan tunai (ATM)
13	LSM	Belum ada lembaga kemasyarakatan atau LSM yang ikut serta dalam pengelolaan atau pengembangan lokasi wisata ini
14	Wisatawan	Yang berkunjung pada kawasan wisata didominasi oleh masyarakat dari luar Kecamatan Donomulyo dan bahkan dari luar Kabupaten Malang. Mayoritas wisatawan yang datang adalah pelajar atau mahasiswa dan keluarga dengan menggunakan kendaraan pribadi. tujuannya untuk melihat objek pemandangan yang menarik dan mencari ketenangan. rata-rata pengunjung menghabiskan waktu sekitar 8-12jam. Wisatawan yang berkunjung didominasi oleh mahasiswa dan pelajar dengan penghasilan kurang dari 500 ribu per bulan.

Sumber: Hasil analisis penulis, 2017

4.2.2. Analisis Faktor Internal dan Eksternal Dari Seluruh Aspek Pariwisata

Sebelum merumuskan strategi pengembangan melalui analisis matriks SWOT tahapan awalnya yaitu analisis faktor internal dan eksternal. Analisis faktor internal digunakan untuk menilai kinerja yang merupakan faktor kekuatan dan kelemahan yang ada untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam hal ini terkait kekuatan dan

kelemahan yang ada dalam pengembangan pariwisata Taman Wisata Pantai ngliyep. Adapaun yang termasuk dalam faktor internal pada aspek pariwisata di Taman Wisata Pantai Ngliyep yaitu, atraksi alam, atraksi budaya, fasilitas pendukung berupa tempat makan dan minum, toko souvenir, fasilitas umum, akomodasi, dan informasi promosi. Serta ditambah industri pariwisata dan masyarakat lokal. Dari seluruh aspek internal tersebut, kemudian dianalisis apa saja kekuatan dan kelemahan dari setiap aspek. Adapun hasilnya bisa dilihat pada Tabel 4.3.

Sedangkan analisis faktor eksternal, fokus pada kondisi yang ada dan kecenderungan yang muncul dari luar, tetapi dapat memberi pengaruh kinerja organisasi. Dalam hal ini, yang termasuk dalam faktor eksternal dalam aspek pariwisata di Taman Wisata Pantai Ngliyep yaitu aksesibilitas, pemerintahan, pendukung jasa pariwisata, LSM serta wisatawan. Dari seluruh aspek eksternal tersebut, kemudian dianalisis apa saja peluang dan ancaman dari setiap aspek tersebut. Adapun hasilnya bisa dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4. 3. Faktor Strategi Internal

NO	ASPEK	KEKUATAN	KELEMAHAN
1	Atraksi Alam	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki panorama alam yang indah, udara yang sejuk, hamparan pohon hutan tropis, jauh dari pusat kota (sunyi) • Didukung juga dengan adanya Teluk Putri dan sebuah petilasan yang berlokasi di Gunung Kombang 	<ul style="list-style-type: none"> • Ombak besar mengakibatkan wisatawan tidak bisa berenang • Kebersihan lingkungan yang dinilai kurang baik oleh wisatawan. • Sistem persampahan yang di bakar membuat polusi udara disekitar area wisata. Bekas

NO	ASPEK	KEKUATAN	KELEMAHAN
			<p>pembakaran pun tidak dibersihkan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah tempat sampah masih sedikit
2	Atraksi Budaya	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat budaya masyarakat lokal, berupa upacara adat Labuhan yang menjadi agenda besar tahunan Kabupaten Malang. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hanya ada satu atraksi budaya masyarakat lokal yang bisa menarik wisatawan
3	Tempat Makan dan Minum	<ul style="list-style-type: none"> • Menjualkan makanan khas pesisir. Harga murah 	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah warung yang masih sangat minim. Beberapa bangunan terlihat kotor mangkrak karena di tinggal pemiliknya
4	Tempat Belanja Souvenir	<ul style="list-style-type: none"> • menjual souvenir khas pesisir, harga relatif murah. 	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah toko souvenir yang masih sedikit.
5	Fasilitas Umum	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah tersedia area bermain berupa hamparan pantai, spot foto dan beberapa ayunan. • Tempat parkir kendaraan luas, cukup untuk segala jenis kendaraan darat 	<ul style="list-style-type: none"> • Beberapa fasilitas area bermain kondisinya rusak • Tempat parkir, tidak ada penataan dari pengelola. • Toilet umum kondisinya masih kurang, jumlahnya masih sedikit,

NO	ASPEK	KEKUATAN	KELEMAHAN
		<p>dinaungi pohon rindang.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Toilet umum sudah tersedia • Tempat ibadah (mushola) sudah tersedia 	<p>berbau tidak sedap dan kotor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tempat ibadah (mushola) bentuknya sangat kecil, kondisi bangunan lama, tidak terawat.
6	Akomodasi	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah tersedia 2 tipe penginapan dengan harga yang terjangkau dan kondisi bangunan yang baik dan terawat 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak bisa melakukan reservasi sebelumnya karena tidak jaringan telepon
7	Informasi Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah tersedia papan dan pusat informasi dilokasi wisata • Promosi memanfaatkan media online 	<ul style="list-style-type: none"> • Papan informasi ditempel pada pohon, sehingga bisa merusak kelestarian pohon. • Dari pihak pengelola masih kurang aktif dalam promosi
8	Industri Pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah adanya pengelola dalam melakukan pengelolaan dan membuat rencana pengembangan kawasan wisata 	

NO	ASPEK	KEKUATAN	KELEMAHAN
9	Masyarakat Lokal	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat lokal mendapatkan peluang usaha • Membantu menjaga kelestarian lingkungan kawasan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kerahmahtamaanny a masih minim, • bersikap acuh tak acuh kepada wisatawan • belum bisa menjadi <i>tour guide</i> untuk wisatawan

Sumber: Hasil analisis penulis, 2017

Tabel 4. 4. Faktor Strategi Eksternal

NO	ASPEK	PELUANG	ANCAMAN
1	Aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none"> • akses mudah dijangkau, beraspal, dilengkapi petunjuk arah dan rambu-rambu. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dimensi jalan mengecil dan beberapa jalan kondisinya rusak • angkot hanya beroperasi di jalur utama penghubung antar desa
2	Pemerintah	<ul style="list-style-type: none"> • Pemerintah ikut serta dalam membuat kebijakan perencanaan pengembangan pariwisata 	
3	Pendukung Jasa Pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah adanya SPBU yang sekaligus menjadi rest area wisatawan dan sudah dilengkapi dengan ATM 	<ul style="list-style-type: none"> • Belum adanya investor yang bekerja sama dalam pengembangan
4	LSM		<ul style="list-style-type: none"> • Belum ada lembaga kemasyarakatan atau LSM
5	Wisatawan	<ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan yang datang karena ingin menikmati pemandangan alam dan mencari ketenangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah pengunjung mengalami penurunan • Wisatawan belum sadar lingkungan • Wisatawan lebih memilih pada objek

NO	ASPEK	PELUANG	ANCAMAN
			wisata baru yang memiliki daya tarik yang baru dan menarik

Sumber: Hasil analisis penulis, 2017

4.2.3. Analisis Strategi Matriks SWOT

Dari hasil penentuan faktor internal dan eksternal diatas, maka untuk merumuskan strategi pengembangannya, dilakukan analisis SWOT dengan menggunakan tabel matriks SWOT seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 5. Matriks SWOT

Faktor Penentu		Faktor Internal	
		Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Eksternal	Peluang (O)	SO	WO
	Ancaman (T)	ST	WT

Sumber: Rangkuti, 2015

Adapun hasilnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

4.2.3.1. Strategi S-O *Strengths-Opportunities* (Kekuatan dan Peluang)

Dari hasil analisa penentuan faktor internal dan eksternal didapatkan hasil berupa faktor internal yang berisikan kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*), serta faktor eksternal yang didalamnya terdapat peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*). Dari hasil tersebut, selanjutnya dilakukan analisis matriks SWOT yaitu yang pertama antara *Strengths* (S) dengan *Opportunities* (O) yang digunakan untuk menarik keuntungan dari peluang yang tersedia dalam lingkungan eksternal. Adapun hasilnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 6. Strategi S-O

Kekuatan (S)	Peluang (O)	Strategi S-O
S1- Memiliki areal yang luas panorama alam yang indah, udara yang sejuk, hamparan pohon hutan tropis, jauh dari pusat kota (sunyi) S2- Didukung juga dengan adanya Teluk Putri dan sebuah petilasan yang berlokasi di Gunung Kombang S3- Terdapat budaya masyarakat lokal, berupa upacara adat Labuhan yang menjadi agenda besar tahunan Kabupaten Malang. S4- Menjualkan makanan khas pesisir. Harga murah S5- menjual souvenir khas pesisir, harga relatif murah. S6- Sudah tersedia area bermain berupa hamparan pantai, spot foto dan beberapa ayunan. S7- Tempat parkir kendaraan luas, cukup untuk segala jenis kendaraan darat,dinaungi pohon rindang. S8- Toilet umum sudah tersedia S9- Tempat ibadah (mushola) sudah tersedia	O1- akses mudah dijangkau, beraspal, dilengkapi petunjuk arah dan rambu-rambu. O2- Pemerintah ikut serta dalam membuat kebijakan perencanaan pengembangan pariwisata O3- Sudah adanya SPBU yang sekaligus menjadi rest area wisatawan dan sudah dilengkapi dengan ATM O4- Wisatawan yang datang karena ingin menikmati pemandangan alam dan mencari ketenangan	S1-S2-O1 manambahkan jumlah petunjuk arah menuju lokasi wisata S4-O1 Menambah jumlah petunjuk arah lokasi tempat makan S5-O1 Menambah jumlah petunjuk arah lokasi toko souvenir S6-O1 menambahkan penunjuk arah lokasi area bermain dan spot foto S7-O1 menambahkan penunjuk arah area parkir kendaraan roda dua dan empat S8-O1 menambahkan penunjuk arah lokasi toilet S9-O1 menambahkan penunjuk arah lokasi mushola S10-O1 menambahkan penunjuk arah lokasi penginapan S11-O1 menambahkan papan informasi petunjuk arah S13-O1 Pengelola merawat dan menjaga petunjuk arah dan rambu-rambu yang sudah ada S1-S2-O2 Meningkatkan peran pemerintah dalam mengembangkan dan mempromosikan lokasi wisata S3-O2 Meningkatkan peran pemerintah dalam mempromosikan kegiatan labuhan S4-O2 Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan tempat makanan di lokasi wisata S5-O2 Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan tempat souvenir di lokasi wisata S6-O2 Pemerintah membuat rencana pengembangan area bermain di lokasi wisata S7-O2 Pemerintah membuat rencana pengembangan area parkir di lokasi wisata S8-O2 Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan bangunan toilet umum di lokasi wisata

Kekuatan (S)	Peluang (O)	Strategi S-O
<p>S10- Sudah tersedia 2 tipe penginapan dengan harga yang terjangkau dan kondisi bangunan yang baik dan terawat</p> <p>S11- Sudah tersedia papan dan pusat informasi dilokasi wisata</p> <p>S12- Promosi memanfaatkan media online</p> <p>S13- Sudah adanya pengelola dalam melakukan pengelolaan dan membuat rencana pengembangan kawasan wisata</p> <p>S14 - Masyarakat lokal mendapatkan peluang usaha</p> <p>S15- Masyarakat Membantu menjaga kelestarian lingkungan kawasan</p>		<p>S9-02 Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan bangunan mushola di lokasi wisata</p> <p>S10-02 Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan bangunan penginapan di lokasi wisata</p> <p>S11-02 Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan bangunan kantor informasi di lokasi wisata</p> <p>S12-02 Pemerintah ikut serta mempromosikan lokasi wisata melalui media online resmi milik pemerintah</p> <p>S13-02 Pemerintah bekerjasama dengan pengelola dalam membuat kebijakan dan rencana pengembangan lokasi wisata</p> <p>S14-02 Pemerintah supaya selalu mengupayakan agar masyarakat lokal bisa mendapat peluang usaha di sektor pariwisata</p> <p>S15-02 Pemerintah menghimbau kepada masyarakat lokal untuk selalu menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan</p> <p>S11-03 Pusat informasi memberi informasi bagi wisatawan terkait lokasi rest area terdekat</p> <p>S14-03 Masyarakat lokal memaksimalkan lokasi rest area untuk berjualan</p> <p>S1-S2-04 Menjadikan kekhasan daya tarik alam di lokasi wisata sebagai daya tarik wisatawan</p> <p>S3-04 Menjadikan kekhasan daya tarik budaya di lokasi wisata sebagai daya tarik wisatawan</p> <p>S4-04 Meningkatkan pelayanan di tempat penjual makanan bagi wisatawan</p> <p>S5-04 Meningkatkan pelayanan di tempat penjual souvenir bagi wisatawan</p> <p>S6-04 Meningkatkan pelayanan di area bermain bagi wisatawan</p> <p>S7-04 Meningkatkan pelayanan di tempat parkir bagi wisatawan</p> <p>S8-04 Meningkatkan pelayanan di toilet umum bagi wisatawan</p> <p>S9-04 Meningkatkan pelayanan di tempat ibadah bagi wisatawan</p> <p>S10-04 Meningkatkan pelayanan penginapan bagi wisatawan</p> <p>S11-04 Meningkatkan pelayanan di pusat informasi bagi wisatawan</p> <p>S12-04 Promosi melalui media online guna menarik wisatawan dan bekerjasama dengan wisatawan untuk ikut mempromosikan melalui akun sosial media masing-masing wisatawan</p> <p>S13-04 Pengelola meningkatkan pelayanan bagi wisatawan yang berkunjung</p>

Sumber: Hasil analisis penulis, 2017

4.2.3.2. Strategi W-O *Weaknesses-Opportunities* (Kelemahan dan Peluang)

Dari hasil analisa penentuan faktor internal dan eksternal didapatkan hasil berupa faktor internal yang berisikan kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*), serta faktor eksternal yang didalamnya terdapat peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*). Dari hasil tersebut, selanjutnya dilakukan analisis matriks SWOT yaitu yang kedua antara *Weaknesses* (W) dengan *Opportunities* (O), bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang dari lingkungan eksternal. Adapun hasilnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 7. Strategi W-O

Kelemahan (W)	Peluang (O)	Strategi W-O
<p>W1- Ombak besar mengakibatkan wisatawan tidak bisa berenang</p> <p>W2- Kebersihan lingkungan yang dinilai kurang baik oleh wisatawan.</p> <p>W3- Sistem persampahan yang di bakar membuat polusi udara disekitar area wisata. Bekas pembakaran pun tidak dibersihkan</p> <p>W4- Jumlah tempat sampah masih sedikit</p> <p>W5- Hanya ada satu atraksi budaya masyarakat lokal yang bisa menarik wisatawan</p> <p>W6- Jumlah warung yang masih sangat minim. Beberapa bangunan terlihat kotor mangkrak karena di tinggal pemiliknya</p> <p>W7- Jumlah toko souvenir yang masih sedikit</p> <p>W8- Beberapa fasilitas area bermain kondisinya rusak</p> <p>W9- Tempat parkir, tidak ada penataan dari pengelola.</p> <p>W10- Toilet umum kondisinya masih kurang, jumlahnya masih sedikit, berbau tidak sedap dan kotor.</p> <p>W11- Tempat ibadah (mushola) bentuknya sangat kecil, kondisi bangunan lama, tidak terawat.</p>	<p>O1- akses mudah dijangkau, beraspal, dilengkapi petunjuk arah dan rambu-rambu.</p> <p>O2- Pemerintah ikut serta dalam membuat kebijakan perencanaan pengembangan pariwisata</p> <p>O3- Sudah adanya SPBU yang sekaligus menjadi rest area wisatawan dan sudah dilengkapi dengan ATM</p> <p>O4- Wisatawan yang datang karena ingin menikmati pemandangan alam dan mencari ketenangan</p>	<p>W1-O1 menambahkan rambu-rambu terkait adanya ombak besar agar wisatawan tidak berenang ke laut</p> <p>W2-W3-O1 Menambahkan rambu-rambu aturan tertulis terkait larangan buang sampah sembarangan</p> <p>W2-W3-W4-O2 Menambahkan jumlah tempat sampah, memberikan peraturan tertulis supaya masyarakat dan pengunjung ikut menjaga kebersihan kawasan dan pengadaan program pembersihan lingkungan kawasan wisata secara berkala.</p> <p>W5-O2 Menambahkan atraksi wisata buatan sesuai karakteristik kawasan wisata untuk menarik jumlah wisatawan</p> <p>W6-W7-O2 Melakukan penataan dan pendataan area perdagangan disekitar kawasan wisata, supaya terstruktur, terlihat lebih rapi dan bersih.</p> <p>W8-O2 Membenahi fasilitas bermain yang rusak</p> <p>W9-O2 Mengatur dan mengelola tempat parkir</p> <p>W10-O2 Membenahi dan menambahkan fasilitas toilet umum</p> <p>W11-O2 Membenahi fasilitas ibadah, yang tadinya lokasi sangat sempit dan harus antri untuk menggunkannya diperluas tempatnya</p> <p>W12-O1-O2 Memanfaatkan kemudahan akses dan pengadaan fasilitas jaringan telepon</p> <p>W13-O2 Membuat papan informasi yang ditancapkan ditanah supaya tidak merusak kelestarian pohon</p> <p>W15-W16-W17-O2 Memberikan edukasi atau training kepada masyarakat lokal supaya pengetahuan tentang pariwisata menjadi lebih baik. Melakukan pelatihan tour guide dan memberikan sertifikasi supaya bisa menambah penghasilan masyarakat lokal</p>

Kelemahan (W)	Peluang (O)	Strategi W-O
<p>W12- Tidak bisa melakukan reservasi sebelumnya karena tidak jaringan telepon</p> <p>W13- Papan informasi ditempel pada pohon, sehingga bisa merusak kelestarian pohon.</p> <p>W14- Dari pihak pengelola masih kurang aktif dalam promosi</p> <p>W15- Tingkat kerahmahtamaannya masih minim,</p> <p>W16- bersikap acuh tak acuh kepada wisatawan</p> <p>W17- belum bisa menjadi <i>tour guide</i> untuk wisatawan</p>		<p>W6-W7-W8-W9-W10-W11-W13-W14-O2 Membuat rencana pengembangan lokasi wisata terkait peningkatan jumlah dan perawatan terhadap fasilitas umum di lokasi wisata.</p> <p>W1--O4-O2 Membuat strategi branding dengan menonjolkan karakteristik dan potensi utama dari kawasan wisata tersebut</p> <p>W1-O2 Melakukan kajian atau studi terkait potensi wisata yang masih bisa digali.</p> <p>W6-W7-W12-O3 Menjadikan SPBU dan rest area sebagai pusat informasi terkait kawasan wisata serta pusat perdagangan dan jasa</p>

Sumber: Hasil analisis penulis, 2017

4.2.3.3. Strategi S-T *Strengths-Threats* (Kekuatan dan Ancaman)

Dari hasil analisa penentuan faktor internal dan eksternal didapatkan hasil berupa faktor internal yang berisikan kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*), serta faktor eksternal yang didalamnya terdapat peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*). Dari hasil tersebut, selanjutnya dilakukan analisis matriks SWOT yaitu yang kedua antara *Strengths* (S) dengan *Threats* (T) bertujuan untuk memperkecil dampak yang akan terjadi dari lingkungan eksternal. Adapun hasilnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 8. Strategi S-T

Kekuatan (S)	Ancaman (T)	Strategi S-T
S1- Memiliki areal yang luas panorama alam yang indah, udara yang sejuk, hamparan pohon hutan tropis, jauh dari pusat kota (sunyi) S2- Didukung juga dengan adanya Teluk Putri dan sebuah petilasan yang berlokasi di Gunung Kombang S3- Terdapat budaya masyarakat lokal, berupa upacara adat Labuhan yang menjadi agenda besar tahunan Kabupaten Malang. S4- Menjualkan makanan khas pesisir. Harga murah S5- menjual souvenir khas pesisir, harga relatif murah. S6- Sudah tersedia area bermain berupa hamparan pantai, spot foto dan beberapa ayunan. S7- Tempat parkir kendaraan luas, cukup untuk segala jenis kendaraan darat, dinaungi pohon rindang. S8- Toilet umum sudah tersedia S9- Tempat ibadah (mushola) sudah tersedia S10- Sudah tersedia 2 tipe penginapan dengan harga yang terjangkau dan kondisi bangunan yang baik dan terawat	T1- Dimensi jalan mengecil dan beberapa jalan kondisinya rusak T2- angkot hanya beroperasi di jalur utama penghubung antar desa T3- Belum adanya investor yang bekerja sama dalam pengembangan T4- Belum ada lembaga kemasyarakatan atau LSM T5- Jumlah pengunjung mengalami penurunan T6- Wisatawan belum sadar lingkungan T7- Wisatawan lebih memilih pada objek wisata yang baru yang memiliki daya tarik yang baru dan menarik	S3-T1 Pelebaran akses jalan guna mendukung banyaknya wisatawan yang datang ketika adanya acara S7-T1 Membuat rencana pelebaran jalan guna mendukung akses kendaraan besar S13-T1 Pengelola melaporkan ke pihak terkait jalan yang rusak agar dilakukan perbaikan jalan S15-T1 Mengadakan kegiatan kerjabakti untuk perbaikan jalan yang berlubang swadaya masyarakat S14-T2 Masyarakat lokal bisa membuka jasa ojek untuk mengangkut penumpang dari pemberhentian terdekat angkot menuju lokasi wisata S4-T3 Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas warung makan S5-T3 Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas toko souvenir S6-T3 Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas area bermain S7-T3 Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas tempat parkir S8-T3 Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas toilet umum S9-T3 Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas tempat ibadah S10-T3 Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas penginapan S11-T3 Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas pusat informasi

Kekuatan (S)	Ancaman (T)	Strategi S-T
<p>S11- Sudah tersedia papan dan pusat informasi dilokasi wisata</p> <p>S12- Promosi memanfaatkan media online</p> <p>S13- Sudah adanya pengelola dalam melakukan pengelolaan dan membuat rencana pengembangan kawasan wisata</p> <p>S14 - Masyarakat lokal mendapatkan peluang usaha</p> <p>S15- Membantu menjaga kelestarian lingkungan kawasan</p>		<p>S13-T3 Pengelola mencari dan bekerjasama dengan investor untuk mendanai rencana pengembangan lokasi wisata dengan sistem bagi hasil</p> <p>S14-T3 Bekerjasama dengan investor untuk memberikan modal bagi masyarakat lokal yang bekerja dilokasi wisata</p> <p>S1-S2-S3-S15-T4 Meningkatkan posisi dan peran masyarakat lokal sebagai pelaku penting dan tuan rumah dalam pembangunan pariwisata dengan membentuk lembaga kemasyarakatan berupa POKDARWIS guna memperkenalkan, melestarikan, dan memanfaatkan potensi daya tarik wisata yang ada</p> <p>S13-T4 Membentuk lembaga kemasyarakatan yang dapat bersinergi dan bemitra dengan pengelola kawasan wisata dalam meningkatkan kualitas perkembangan kepariwisataan</p> <p>S1-S2-T5 Membuat promosi yang menonjolkan kekhasan daya tarik alam yang ada</p> <p>S3-T5 Membuat promosi yang menonjolkan kekhasan daya tarik budaya yang ada</p> <p>S12-T5 Melakukan promosi melalui media online secara intensif guna menarik wisatawan</p> <p>S14-T5 agar meningkatkan pemasukan masyarakat, masyarakat juga ikut aktif mempromosikan kawasan wisata ke orang lain khususnya saudara yang dari luar kota</p> <p>S11-T6 membuat papan informasi terkait aturan kebersihan lingkungan dan selalu menghimbau wisatawan agar selalu menjaga kebersihan lingkungan di kawasan wisata melalui pusat informasi</p> <p>S13-T6 menugaskan anggota pengelola untuk turun langsung ke lapangan guna memberi himbauan dan teguran kepada wisatawan yang membuang sampah sembarangan</p> <p>S14-T6 masyarakat yang sedang dikawasan wisata bisa langsung membantu menegur jika ada wisatawan yang membuang sampah sembarangan</p> <p>S15-T6 menambah jumlah tong sampah di sekitar area bermain</p> <p>S1-S2-S13-T7 pengelola mengoptimalkan potensi alam yang sudah ada guna menjadikan daya tarik alam yang baru bagi wisatawan</p>

Sumber: Hasil analisis penulis, 2017

4.2.3.4. Strategi W-T *Weaknesses-Threats* (Kelemahan dan Ancaman)

Dari hasil analisa penentuan faktor internal dan eksternal didapatkan hasil berupa faktor internal yang berisikan kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*), serta faktor eksternal yang didalamnya terdapat peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*). Dari hasil tersebut, selanjutnya dilakukan analisis matriks SWOT yaitu yang kedua antara *Weaknesses* (W) dengan *Threats* (T) bertujuan untuk memperkuat dari dalam usaha untuk memperkecil kelemahan internal dan mengurangi tantangan eksternal. Adapun hasilnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 9. Strategi W-T

Kelemahan (W)	Ancaman (T)	Strategi W-T
W1- Ombak besar mengakibatkan wisatawan tidak bisa berenang W2- Kebersihan lingkungan yang dinilai kurang baik oleh wisatawan. W3- Sistem persampahan yang di bakar membuat polusi udara disekitar area wisata. Bekas pembakaran pun tidak dibersihkan W4- Jumlah tempat sampah masih sedikit W5- Hanya ada satu atraksi budaya masyarakat lokal yang bisa menarik wisatawan W6- Jumlah warung yang masih sangat minim. Beberapa bangunan terlihat kotor mangkrak karena di tinggal pemiliknya W7- Jumlah toko souvenir yang masih sedikit W8- Beberapa fasilitas area bermain kondisinya rusak W9- Tempat parkir, tidak ada penataan dari pengelola. W10- Toilet umum kondisinya masih kurang, jumlahnya masih sedikit, berbau tidak sedap dan kotor. W11- Tempat ibadah (mushola) bentuknya sangat kecil, kondisi bangunan lama, tidak terawat.	T1- Dimensi jalan mengecil dan beberapa jalan kondisinya rusak T2- angkot hanya beroperasi di jalur utama penghubung antar desa T3- Belum adanya investor yang bekerja sama dalam pengembangan T4- Belum ada lembaga kemasyarakatan atau LSM T5- Jumlah pengunjung mengalami penurunan T6- Wisatawan belum sadar lingkungan T7- Wisatawan lebih memilih pada objek wisata yang baru yang memiliki daya tarik yang baru dan menarik	W1-T1 Dikarenakan ombak yang besar dan preferensi keinginan wisatawan terhadap daya tarik maka perlu penambahan daya tarik buatan sesuai karakteristik kawasan wisata untuk menarik jumlah wisatawan. Menambah intensitas event tahunan untuk menarik wisatawan W15-W16-W17-T3 Membina masyarakat untuk berwirausaha dan membuka jasa yang berhubungan dengan lokasi wisata dan mengadakan seminar pelatihan tour guide dengan bekerjasama dengan investor guna pengadaan dana modal usaha dan kegiatan pelatihan W6-W7-T5 Menambah fasilitas rumah makan dan pusat oleh-oleh serta melakukan penataan untuk lebih menarik minat pengunjung W8-W9-W10-W11-W12-T5 Melakukan penataan dan penambahan fasilitas-fasilitas dikawasan wisata supaya terstruktur, terlihat lebih rapi sehingga pengunjung yang kesana dapat merasa puas dan nyaman W13-W14-T5 Mengemas cara promosi supaya lebih atraktif, misalnya website yang rapi atau jargon unik kawasan wisata W15-W16-W17-T5 Memberikan edukasi atau training kepada masyarakat lokal akan pentingnya keramah tamahan dan pengaruhnya terhadap jalannya kegiatan wisata W2-W3-W4-T6 Memberikan aturan tertulis dan sanksi bila perlu supaya wisatawan turut menjaga kebersihan lingkungan kawasan wisata W3-W4-T6 Penambahan jumlah tempat sampah serta pengangkutan sampah secara berkala, memberikan peraturan tertulis dan pengumuman supaya wisatawan turut menjaga lingkungan dan kebersihan kawasan wisata

Kelemahan (W)	Ancaman (T)	Strategi W-T
<p>W12- Tidak bisa melakukan reservasi sebelumnya karena tidak jaringan telepon</p> <p>W13- Papan informasi ditempel pada pohon, sehingga bisa merusak kelestarian pohon.</p> <p>W14- Dari pihak pengelola masih kurang aktif dalam promosi</p> <p>W15- Tingkat kerahmahtamaannya masih minim</p> <p>W16- bersikap acuh tak acuh kepada wisatawan</p> <p>W17- belum bisa menjadi <i>tour guide</i> untuk wisatawan</p>		

Sumber: Hasil analisis penulis, 2017

4.2.4. Rumusan Strategi Pengembangan Pariwisata Pesisir di Kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep

Dari hasil analisis matriks SWOT didapatkan rumusan strategi pengembangan pariwisata pesisir di kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep setiap aspeknya. Adapun hasil rumusan strateginya bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.10. Rumusan Strategi

NO	ASPEK PARIWISATA	STRATEGI
1	Atraksi Alam	<p>S1-S2-O2 Meningkatkan peran pemerintah dalam mengembangkan dan mempromosikan lokasi wisata</p> <p>S1-S2-O4 Menjadikan kekhasan daya tarik alam di lokasi wisata sebagai daya tarik wisatawan</p> <p>W1-O1 menambahkan rambu-rambu terkait adanya ombak besar agar wisatawan tidak berenang ke laut</p> <p>W2-W3-W18-O1 Menambahkan rambu-rambu aturan tertulis terkait larangan buang sampah sembarangan</p> <p>W2-W3-W4-O2 Menambahkan jumlah tempat sampah, memberikan peraturan tertulis supaya masyarakat dan pengunjung ikut menjaga kebersihan kawasan dan pengadaan program pembersihan lingkungan kawasan wisata secara berkala.</p> <p>W1-O2 Melakukan kajian atau studi terkait potensi wisata yang masih bisa digali.</p> <p>W1-O4-O2 Membuat strategi branding dengan menonjolkan karakteristik dan</p>

NO	ASPEK PARIWISATA	STRATEGI
		<p>potensi utama dari kawasan wisata tersebut</p> <p>S1-S2-T5 Membuat promosi yang menonjolkan kekhasan daya tarik alam yang ada</p> <p>S1-S2-S13-T7 pengelola mengoptimalkan potensi alam yang sudah ada guna menjadikan daya tarik alam yang baru bagi wisatawan</p>
2	Atraksi Budaya	<p>S3-O2 Meningkatkan peran pemerintah dalam mempromosikan kegiatan labuhan</p> <p>S3-O4 Menjadikan kekhasan daya tarik budaya di lokasi wisata sebagai daya tarik wisatawan</p> <p>W5-O2 Menambahkan atraksi wisata buatan sesuai karakteristik kawasan wisata untuk menarik jumlah wisatawan</p> <p>S3-T1 Pelebaran akses jalan guna mendukung banyaknya wisatawan yang datang ketika adanya acara</p> <p>S3-T5 Membuat promosi yang menonjolkan kekhasan daya tarik budaya yang ada</p>
3	Tempat Makan dan Minum	<p>S4-O1 Menambah jumlah petunjuk arah lokasi tempat makan</p> <p>S4-O2 - Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan tempat makanan di lokasi wisata</p> <p>S4-O4 Meningkatkan pelayanan di tempat penjual makanan bagi wisatawan</p> <p>W6-W7-O2 Melakukan penataan dan pendataan area perdagangan disekitar</p>

NO	ASPEK PARIWISATA	STRATEGI
		<p>kawasan wisata, supaya terstruktur, terlihat lebih rapi dan bersih.</p> <p>S4-T3 Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas warung makan</p> <p>W6-W7-T5 Menambah fasilitas rumah makan dan pusat oleh-oleh serta melakukan penataan untuk lebih menarik minat pengunjung</p>
4	Tempat Belanja Souvenir	<p>S5-O1 Menambah jumlah petunjuk arah lokasi toko souvenir</p> <p>S5-O2 Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan tempat souvenir di lokasi wisata</p> <p>S5-O4 Meningkatkan pelayanan di tempat penjual souvenir bagi wisatawan</p> <p>W6-W7-O2 Melakukan penataan dan pendataan area perdagangan disekitar kawasan wisata, supaya terstruktur, terlihat lebih rapi dan bersih</p> <p>S5-T3 Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas toko souvenir</p> <p>W6-W7-T5 Menambah fasilitas rumah makan dan pusat oleh-oleh serta melakukan penataan untuk lebih menarik minat pengunjung</p>
5	Fasilitas Umum	<p>S6-O1 menambahkan penunjuk arah lokasi area bermain dan spot foto</p>

NO	ASPEK PARIWISATA	STRATEGI
		<p>S7-O1 menambahkan penunjuk arah area parkir kendaraan roda dua dan empat</p> <p>S8-O1 menambahkan penunjuk arah lokasi toilet</p> <p>S9-O1 menambahkan penunjuk arah lokasi mushola</p> <p>S6-O2 Pemerintah membuat rencana pengembangan area bermain di lokasi wisata</p> <p>S7-O2 Pemerintah membuat rencana pengembangan area parkir di lokasi wisata</p> <p>S8-O2 Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan bangunan toilet umum di lokasi wisata</p> <p>S9-O2 Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan bangunan mushola di lokasi wisata</p> <p>S6-O4 Meningkatkan pelayanan di area bermain bagi wisatawan</p> <p>S7-O4 Meningkatkan pelayanan di tempat parkir bagi wisatawan</p> <p>S8-O4 Meningkatkan pelayanan di toilet umum bagi wisatawan</p> <p>S9-O4 Meningkatkan pelayanan di tempat ibadah bagi wisatawan</p> <p>W8-O2 Membenahi fasilitas bermain yang rusak</p> <p>W9-O2 Mengatur dan mengelola tempat parkir</p> <p>W10-O2 Membenahi dan menambahkan fasilitas toilet umum</p>

NO	ASPEK PARIWISATA	STRATEGI
		<p>W11-O2 Membenahi fasilitas ibadah, yang tadinya lokasi sangat sempit dan harus antri untuk menggunakannya diperluas tempatnya</p> <p>S7-T1 Membuat rencana pelebaran jalan guna mendukung akses kendaraan besar</p> <p>S6-T3 Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas area bermain</p> <p>S7-T3 Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas tempat parkir</p> <p>S8-T3 Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas toilet umum</p> <p>S9-T3 Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas tempat ibadah</p> <p>W8-W9-W10-W11-W12-T5 Melakukan penataan dan penambahan fasilitas-fasilitas dikawasan wisata supaya terstruktur, terlihat lebih rapi sehingga pengunjung yang kesana dapat merasa puas dan nyaman</p>
6	Akomodasi	S10-O1 menambahkan penunjuk arah lokasi penginapan

NO	ASPEK PARIWISATA	STRATEGI
		<p>S10-O2 Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan bangunan penginapan di lokasi wisata</p> <p>S10-O4 Meningkatkan pelayanan penginapan bagi wisatawan</p> <p>W12-O1-O2 Memanfaatkan kemudahan akses dan pengadaan fasilitas jaringan telepon</p> <p>S10-T3 Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas penginapan</p>
7	Informasi	<p>S11-O1 menambahkan papan informasi petunjuk arah</p> <p>S11-O2 Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan bangunan kantor informasi di lokasi wisata</p> <p>S11-O3 Pusat informasi memberi informasi bagi wisatawan terkait lokasi rest area terdekat</p> <p>S11-O4 Meningkatkan pelayanan di pusat informasi bagi wisatawan</p> <p>W13-O2 Membuat papan informasi yang ditancapkan di tanah supaya tidak merusak kelestarian pohon</p> <p>S11-T3 Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas pusat informasi</p>
8	Promosi	<p>S12-O2 Pemerintah ikut serta mempromosikan lokasi wisata melalui media online resmi milik pemerintah</p>

NO	ASPEK PARIWISATA	STRATEGI
		<p>S12-O4 Promosi melalui media online guna menarik wisatawan dan bekerjasama dengan wisatawan untuk ikut mempromosikan melalui akun sosial media masing-masing wisatawan</p> <p>S12-T5 Melakukan promosi melalui media online secara intensif guna menarik wisatawan</p> <p>W13-W14-T5 Mengemas cara promosi supaya lebih atraktif, misalnya website yang rapi atau jargon unik kawasan wisata</p>
9	Aksesibilitas	<p>S1-S2-O1 menambahkan jumlah petunjuk arah menuju lokasi wisata</p> <p>S3-T1 Pelebaran akses jalan guna mendukung banyaknya wisatawan yang datang ketika adanya acara</p> <p>S7-T1 Membuat rencana pelebaran jalan guna mendukung akses kendaraan besar</p> <p>S13-T1 Pengelola melaporkan ke pihak terkait jalan yang rusak agar dilakukan perbaikan jalan</p> <p>S15-T1 Mengadakan kegiatan kerjabakti untuk perbaikan jalan yang berlubang swadaya masyarakat</p>
10	Industri Pariwisata	<p>S13-O1 Pengelola merawat dan menjaga petunjuk arah dan rambu-rambu yang sudah ada</p> <p>S13-O2 Pemerintah bekerjasama dengan pengelola dalam membuat kebijakan dan rencana pengembangan lokasi wisata</p>

NO	ASPEK PARIWISATA	STRATEGI
		<p>S13-O4 Pengelola meningkatkan pelayanan bagi wisatawan yang berkunjung</p> <p>S13-T1 Pengelola melaporkan ke pihak terkait jalan yang rusak agar dilakukan perbaikan jalan</p> <p>S13-T3 Pengelola mencari dan bekerjasama dengan investor untuk mendanai rencana pengembangan lokasi wisata dengan sistem bagi hasil</p>
11	Masyarakat Lokal	<p>S14-O2 Pemerintah supaya selalu mengupayakan agar masyarakat lokal bisa mendapat peluang usaha di sektor pariwisata</p> <p>S15-O2 Pemerintah menghimbau kepada masyarakat lokal untuk selalu menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan</p> <p>S14-O3 Masyarakat lokal bisa berjualan di sekitar lokasi rest area</p> <p>W15-W16-W17-O2 Memberikan edukasi atau training kepada masyarakat lokal supaya pengetahuan tentang pariwisata menjadi lebih baik. Melakukan pelatihan tour guide dan memberikan sertifikasi supaya bisa menambah penghasilan masyarakat lokal</p> <p>S15-T1 Mengadakan kegiatan kerjabakti untuk perbaikan jalan yang berlubang swadaya masyarakat</p> <p>S14-T3 Bekerjasama dengan investor untuk memberikan modal bagi</p>

NO	ASPEK PARIWISATA	STRATEGI
		masyarakat lokal yang bekerja dilokasi wisata
12	Pemerintah	<p>S13-O2 Pemerintah bekerjasama dengan pengelola dalam membuat kebijakan dan rencana pengembangan lokasi wisata</p> <p>W6-W7-W8-W9-W10-W11-W13-W14-O2 Membuat rencana pengembangan lokasi wisata terkait peningkatan jumlah dan perawatan terhadap fasilitas umum di lokasi wisata.</p> <p>W1-T1 Dikarenakan ombak yang besar dan preferensi keinginan wisatawan terhadap daya tarik maka perlu penambahan daya tarik buatan sesuai karakteristik kawasan wisata untuk menarik jumlah wisatawan. Menambah intensitas event tahunan untuk menarik wisatawan</p>
13	Pendukung Jasa Pariwisata	<p>S14-O3 Masyarakat lokal memaksimalkan lokasi rest area untuk berjualan</p> <p>W6-W7-W12-O3 Menjadikan SPBU dan rest area sebagai pusat informasi terkait kawasan wisata serta pusat perdagangan dan jasa</p>
14	LSM	<p>S1-S2-S3-S15-T4 Meningkatkan posisi dan peran masyarakat lokal sebagai pelaku penting dan tuan rumah dalam pembangunan pariwisata dengan membentuk lembaga kemasyarakatan berupa POKDARWIS guna memperkenalkan, melestarikan, dan</p>

NO	ASPEK PARIWISATA	STRATEGI
		memanfaatkan potensi daya tarik wisata yang ada S13-T4 Membentuk lembaga kemasyarakatan yang dapat bersinergi dan bemitra dengan pengelola kawasan wisata dalam meningkatkan kualitas perkembangan kepariwisataan
15	Wisatawan	S12-O4 Promosi melalui media online guna menarik wisatawan dan bekerjasama dengan wisatawan untuk ikut mempromosikan melalui akun sosial media masing-masing wisatawan W2-W3-W4-T6 Memberikan aturan tertulis dan sanksi bila perlu supaya wisatawan turut menjaga kebersihan lingkungan kawasan wisata

Sumber: Hasil analisis penulis, 2017

Dari hasil perumusan startegi didapatkan strategi setiap aspek pariwisata yaitu sebagai berikut:

1. Atraksi Alam
 - a) Menjadikan kekhasan daya tarik alam di lokasi wisata sebagai daya tarik wisatawan
 - b) Melakukan kajian atau studi terkait potensi wisata yang masih bisa digali.
 - c) Membuat strategi branding dengan menonjolkan karakteristik dan potensi utama dari kawasan wisata tersebut
 - d) Mengoptimalkan potensi alam yang sudah ada guna menjadikan daya tarik alam yang baru bagi wisatawan
2. Atraksi Budaya
 - a) Menjadikan kekhasan daya tarik budaya di lokasi wisata sebagai daya tarik wisatawan
3. Tempat Makan
 - a) Menambah jumlah petunjuk arah lokasi tempat makan
 - b) Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan tempat makanan di lokasi wisata
 - c) Meningkatkan pelayanan di tempat penjual makanan bagi wisatawan
 - d) Melakukan penataan dan pendataan area tempat makan disekitar kawasan wisata, supaya terstruktur, terlihat lebih rapi dan bersih.
 - e) Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas warung makan
4. Tempat Souvenir
 - a) Menambah jumlah petunjuk arah lokasi toko souvenir

- b) Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan tempat souvenir di lokasi wisata
- c) Meningkatkan pelayanan di tempat penjual souvenir bagi wisatawan
- d) Melakukan penataan dan pendataan area toko souvenir disekitar kawasan wisata, supaya terstruktur, terlihat lebih rapi dan bersih
- e) Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas toko souvenir

5. Fasilitas Umum

- a) Menambahkan penunjuk arah lokasi area bermain dan spot foto, parkir, toilet, mushola
- b) Pemerintah membuat rencana pengembangan area bermain, parkir, toilet, mushola di lokasi wisata
- c) Meningkatkan pelayanan di area bermain, tempat parkir, toilet umum, mushola bagi wisatawan
- d) Membenahi fasilitas bermain, tempat parkir, toilet, mushola yang rusak
- e) Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas area bermain, tempat parkir, toilet umum, dan mushola
- f) Melakukan penataan dan penambahan fasilitas-fasilitas dikawasan wisata supaya terstruktur, terlihat lebih rapi sehingga pengunjung yang kesana dapat merasa puas dan nyaman

6. Akomodasi

- a) menambahkan penunjuk arah lokasi penginapan
- b) Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan bangunan penginapan di lokasi wisata
- c) Meningkatkan pelayanan penginapan bagi wisatawan

- d) Memanfaatkan kemudahan akses dan pengadaan fasilitas jaringan telepon
- e) Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas penginapan

7. Informasi

- a) menambahkan papan informasi petunjuk arah
- b) Pemerintah membuat rencana pengembangan dan peremajaan bangunan kantor informasi di lokasi wisata
- c) Pusat informasi memberi informasi bagi wisatawan terkait lokasi rest area terdekat
- d) Meningkatkan pelayanan di pusat informasi bagi wisatawan
- e) Bekerjasama dengan investor untuk mendanai perbaikan dan penambahan jumlah fasilitas pusat informasi

8. Promosi

- a) Pemerintah ikut serta mempromosikan lokasi wisata melalui media online resmi milik pemerintah
- b) Promosi melalui media online guna menarik wisatawan dan bekerjasama dengan wisatawan untuk ikut mempromosikan melalui akun sosial media masing-masing wisatawan
- c) Melakukan promosi melalui media online secara intensif guna menarik wisatawan
- d) Mengemas cara promosi supaya lebih atraktif, misalnya website yang rapi atau jargon unik kawasan wisata

9. Aksesibilitas

- a) Merencanakan pelebaran dan perbaikan jalan serta penambahan jumlah rambu-rambu dan petunjuk arah menuju lokasi wisata

10. Industri Pariwisata

- a) Pengelola merawat dan menjaga petunjuk arah dan rambu-rambu yang sudah ada
- b) Pemerintah bekerjasama dengan pengelola dalam membuat kebijakan dan rencana pengembangan lokasi wisata
- c) Pengelola meningkatkan pelayanan bagi wisatawan yang berkunjung
- d) Pengelola mencari dan bekerjasama dengan investor untuk mendanai rencana pengembangan lokasi wisata dengan sistem bagi hasil

11. Masyarakat Lokal

- a) Memberikan edukasi atau training kepada masyarakat lokal supaya pengetahuan tentang pariwisata menjadi lebih baik. Melakukan pelatihan tour guide dan memberikan sertifikasi supaya bisa menambah penghasilan masyarakat lokal
- b) Mengadakan kegiatan kerjabakti untuk perbaikan jalan yang berlubang swadaya masyarakat
- c) Bekerjasama dengan investor untuk memberikan modal bagi masyarakat lokal yang bekerja dilokasi wisata

12. Pemerintah

- a) Meningkatkan peran pemerintah melalui kerjasama dengan pengelola dalam membuat kebijakan dan rencana pengembangan lokasi wisata

- b) Membuat rencana pengembangan lokasi wisata terkait peningkatan jumlah dan perawatan terhadap fasilitas umum di lokasi wisata.
- c) Membenahi prasarana jalan supaya memberi pengalaman yang berwisata yang positif kepada wisatawan, disamping itu akses yang mudah tidak didukung dengan sarana jalan yang bagus

13. Pendukung Jasa Pariwisata

- a) Menjadikan SPBU dan rest area sebagai pusat informasi terkait kawasan wisata serta pusat perdagangan dan jasa

14. LSM

- a) Meningkatkan posisi dan peran masyarakat lokal sebagai pelaku penting dan tuan rumah dalam pembangunan pariwisata dengan membentuk lembaga kemasyarakatan berupa POKDARWIS guna memperkenalkan, melestarikan, dan memanfaatkan potensi daya tarik wisata yang ada
- b) Membentuk lembaga kemasyarakatan yang dapat bersinergi dan bemitra dengan pengelola kawasan wisata dalam meningkatkan kualitas perkembangan kepariwisataan

15. Wisatawan

- a) Memberikan aturan tertulis dan sanksi bila perlu supaya wisatawan turut menjaga kebersihan lingkungan kawasan wisata.

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Karakteristik Taman Wisata Pantai Ngliyep salah satu wisata pantai di pesisir selatan Kabupaten Malang. Lokasi wisata ini memiliki daya tarik berupa hamparan pasir pantai yang luas, dikelilingi tebing yang curam, ombak yang tinggi, udara yang sejuk, hamparan pohon hutan tropis. Didukung juga dengan adanya Teluk Putri dan sebuah petilasan yang berlokasi di Gunung Kombang yang digunakan kegiatan tahunan masyarakat lokal berupa upacara Labuhan.
2. Taman wisata pantai Ngliyep sudah memiliki semua fasilitas pendukung pariwisata berupa tempat makan dan minum, toko souvenir, area bermain, tempat parkir yang luas dan rindang, toilet umum, tempat ibadah berupa mushola, penginapan, serta pusat informasi. Semua fasilitas yang ada dikelola langsung oleh Perusahaan Daerah Jasaya dan Perum Perhutani mengingat taman wisata pantai Ngliyep berlokasi dikawasan Hutan Lindung, serta dibantu masyarakat lokal yang dibina langsung oleh pengelola untuk menjadi penjual makan dan souvenir serta pengelola tempat parkir.
3. Analisis SWOT digunakan dalam menentukan faktor internal dan eksternal seluruh aspek pariwisata untuk menilai sesuai faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman setiap aspeknya. Selanjutnya dilakukan analisis matriks SWOT untuk mendapatkan strategi pengembangan
4. Strategi pengembangan pariwisata pesisir di kawasan Taman Wisata pantai Ngliyep Kabupaten Malang yaitu :
 - a. Melakukan kajian atau studi untuk mengoptimalkan potensi alam yang sudah ada dan yang masih bisa digali

guna menjadikan daya tarik alam yang baru bagi wisatawan. Serta Membuat strategi branding dengan menonjolkan kekhasan daya tarik alam dan budaya sesuai karakteristik dari kawasan wisata tersebut.

- b. Rencana pengembangan fasilitas umum (rambu petunjuk arah, warung makan, toko souvenir, area bermain, tempat parkir, toilet umum, tempat ibadah, penginapan, pusat dan papan informasi) berupa peningkatan pelayanan, renovasi penataan dan perawatan bangunan, serta penambahan jumlah fasilitas melalui kerjasama dengan investor.
- c. Mengemas promosi secara atraktif dengan menonjolkan kekhasan daya tarik alam dan budaya dilokasi wisata melalui kerjasama dengan wisatawan dan masyarakat lokal melalui media online dan sosial media
- d. Merencanakan pelebaran dan perbaikan jalan serta penambahan jumlah rambu-rambu dan petunjuk arah menuju lokasi wisata
- e. Meningkatkan peran pemerintah dan pengelola melalui kerjasama dalam membuat kebijakan dan rencana pengembangan lokasi wisata guna meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung
- f. Meningkatkan peran masyarakat lokal dengan membentuk LSM POKDARWIS yang dapat bersinergi dengan pengelola dan ikut serta memperkenalkan, melestarikan, serta memanfaatkan potensi wisata yg ada.
- g. Menjadikan SPBU dan rest area sebagai pusat informasi terkait kawasan wisata serta pusat perdagangan dan jasa
- h. Memberikan aturan tertulis bagi wisatawan yang berkunjung guna menjaga kebersihan lingkungan kawasan wisata

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, disusun rekomendasi sebagai berikut:

1. Direkomendasikan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut tentang strategi pengembangan dengan mengoptimalkan potensi alam yang ada guna meenjadi atraksi alam yang baru bagi wisatawan yang sesuai dengan karakteristik kawasan Taman wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang sebagai masukan dalam penyusunan masterplan pariwisata kabupaten Malang.
2. Pemerintah daerah segera menerapkan strategi pengembangan secara konsisten dan berkesinambungan serta diperlukan pemantauan dan evaluasi yang menyeluruh pada tahap-tahap pelaksanaannya.

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim (2013), PANTAI NGLIYEP, <http://jasayasa.malangkab.go.id/konten-31.html>, diakses 7 februari 2017
- Dahuri,R et al. (2001), PENGELOLAAN SUMBER DAYA WILAYAH PEISISIR DAN LAUTAN SECARA TERPADU, PT.Pradnya Paramita, Jakarta
- Damanik, Janianton dan Helmut F. Weber, (2006). PERENCANAAN EKOWISATA: DARI TEORI KE APLIKASI, Andi, Yogyakarta
- Fajriah S.D., (2014). PENGEMBANGAN SARANA DAN PRASARANA UNTUK MENDUKUNG PARIWISATA PANTAI YANG BERKELANJUTAN, thesis, Universitas Diponegoro
- Gunn, Clare, 1998, TOURISM PLANNING. New York
- Info Malang Raya (2014), PANTAI NGLIYEP <https://infomalangbatu.wordpress.com/2014/04/17/pantai-ngliyep/>, diakses 7 februari 2017
- Kristyarini A.S. dkk (2014), KONSEP EKOLOGI-TEKNIK PADA PERANCANGAN RESORT DI PANTAI SENDANG BIRU MALANG, Universitas Brawijaya
- Pitana I.G. & I ketut Surya Diarta., (2009), PENGANTAR ILMU PARIWISATA, ed : FI. Sigit Suryantoro, Andi, Yogyakarta
- Rahman N. & Eko Prakoso, (2012), PERSPEKTIF STAKEHOLDERS TERHADAP POTENSI OBYEK DAN DAYA TARIK WISATA (ODTW) TELAGA NGEBEL KABUPATEN PONOROGO, Jurnal, vol 1
- Rangkuti F., (2015), ANALISIS SWOT: TEKNIK MEMBEDAH KASUS BISNIS, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

RENSTRA DISBUDPAR KABUPATEN MALANG (2010)

Sugiyono Prof Dr., (2013), METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D, Alfabeta, Bandung

Suwantoro, Gamal. (2004), DASAR-DASAR PARIWISATA, Andi, Yogyakarta

Widyawati, S. (2015), UPACARA LABUHAN, <http://suryamalang.tribunnews.com/2015/01/04/besok-warga-donomulyo-gelar-ritual-adat-di-pantai-ngliyep>, diakses oktober 2017

Yoeti O.A., (2001), ILMU PARIWISATA: SEJARAH, PERKEMBANGAN DAN PROSPEKNYA, Pertja, Jakarta

LAMPIRAN A

Kuesioner Identifikasi Tingkat Kepuasan komponen Pariwisata



DEPARTEMEN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS ARSITEK, DESAIN DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA

KUESIONER IDENTIFIKASI TINGKAT KEPUASAAN KOMPONEN PARIWISATA DI LOKASI TAMAN WISATA PANTAI NGLIYEP KABUPATEN MALANG OLEH WISATAWAN

Bapak/Ibu/Saudara/i yang saya hormati,

Sehubungan dengan penyusunan Laporan Tugas Akhir, saya selaku mahasiswa mata kuliah Tugas Akhir pada Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, memohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i agar berkenan menjadi responden dalam penelitian Tugas Akhir saya yang berjudul “ *Strategi Pengembangan Pariwisata Pesisir di Kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang*”. Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh informasi terkait kualitas komponen pariwisata dilokasi studi. Besar harapan saya agar Bapak/Ibu/Saudara/i dapat membantu memberikan masukan sesuai dengan kompetensi yang dimiliki Bapak/Ibu/Saudara/i. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/ Saudara/i saya sampaikan banyak terima kasih.

Hormat Saya,

Muhammad Brian Adam

NRP 3613 100 042

Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota
Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya

Hasil Kuesioner Tingkat Kepuasan Komponen Wisata

1 = Sangat Tidak Puas

3 = Puas

2 = Tidak Puas

4 = Sangat Puas

No	Variabel	Tingkat Kepuasan				TOTAL
		1	2	3	4	
1	Pemandangan Alam Pantai Ngliyep sebagai daya tarik wisata	0	6	78	16	100
2	Kualitas Keanekaragaman hayati flora dan fauna di lokasi wisata	3	11	80	6	100
3	Kualitas kebersihan lingkungan di lokasi wisata	17	57	26	0	100
4	Pertunjukan budaya masyarakat lokal dan benda tradisional sebagai daya tarik wisata	24	51	26	1	100
5	Keramahtamaan masyarakat lokal terhadap pengunjung	10	47	33	10	100
6	Jenis makanan dan pelayanan di tempat makan untuk wisatawan di lokasi wisata	0	19	79	2	100
7	Kondisi dan kebersihan tempat makan untuk wisatawan dilokasi wisata	2	32	65	1	100

No	Variabel	Tingkat Kepuasan				TOTAL
		1	2	3	4	
8	Jenis souvenir dan pelayanan di tempat belanja souvenir/oleh-oleh untuk wisatawan di lokasi wisata	4	18	78	0	100
9	Kondisi dan kebersihan tempat belanja souvenir untuk wisatawan dilokasi wisata	1	34	64	1	100
10	Pelayanan fasilitas umum (area bermain, tempat parkir, toilet umum, mushola) untuk wisatawan di lokasi wisata	3	22	73	2	100
11	Kondisi dan kebersihan fasilitas umum (area bermain, tempat parkir, toilet umum, mushola) untuk wisatawan di lokasi wisata	6	41	52	1	100
12	Pelayanan penginapan untuk wisatawan di lokasi wisata	2	11	82	5	100
13	Kondisi dan kebersihan penginapan untuk wisatawan di lokasi wisata	1	13	84	2	100
14	Moda transportasi berupa angkutan umum ataupun angkutan khusus menuju kawasan Pantai Ngliyep? Bagaimana	7	15	78	0	100

No	Variabel	Tingkat Kepuasan				TOTAL
		1	2	3	4	
	aksesibilitasnya (kemudahan untuk menuju kawasan)?					
15	Jaringan jalan dan rambu-rambu di kawasan Pantai Ngliyep	0	13	86	1	100
16	Pelayanan pusat informasi di lokasi wisata	4	8	83	5	100
17	Sistem persampahan bersih untuk mendukung kegiatan wisata	15	47	36	2	100
18	Kualitas Lingkungan Kawasan Pantai Ngliyep baik daratan maupun perairan	3	49	43	5	100
19	Ketersediaan tempat wisata Lain di sekitar kawasan Pantai Ngliyep (ada/tidak ada)	2	6	80	12	100
20	Harga makanan,minuman dan souvenir yang dijual di lokasi wisata (mahal/tidak)	2	15	81	2	100
21	Harga retribusi di loket masuk (mahal/tidak)	4	13	77	6	100

LAMPIRAN B1

Wawancara Identifikasi komponen Pariwisata



DEPARTEMEN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS ARSITEKTUR, DESAIN DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA

WAWANCARA IDENTIFIKASI KOMPONEN PARIWISATA DI LOKASI TAMAN WISATA PANTAI NGLIYEP KABUPATEN MALANG OLEH STAKEHOLDER

Bapak/Ibu/Saudara/i yang saya hormati,

Sehubungan dengan penyusunan Laporan Tugas Akhir, saya selaku mahasiswa mata kuliah Tugas Akhir pada Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, memohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i agar berkenan menjadi responden dalam penelitian Tugas Akhir saya yang berjudul “ *Strategi Pengembangan Pariwisata Pesisir di Kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang*”. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi dan pendapat mengenai komponen pariwisata dilokasi studi. Besar harapan saya agar Bapak/Ibu/Saudara/i dapat membantu memberikan masukan sesuai dengan kompetensi yang dimiliki Bapak/Ibu/Saudara/i. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/ Saudara/i saya sampaikan banyak terima kasih.

Hormat Saya,
Muhammad Brian Adam
NRP 3613 100 042

Depatemen Perencanaan Wilayah dan Kota
Institut Teknologi Sepuluh Nopermbur Surabaya

INFORMASI IDENTITAS RESPONDEN

Nama	: Sudik Pribadi
Jabatan	: KA Unit Pantai Ngliyep
Instansi	: PD Jasayasa
Alamat Rumah	: Kedungsalam
Telepon/HP	: 0813 3498 8689
Tanggal Pengisian	:12 Nopember 2017
Waktu Pengisian	
Mulai	: 14.15
Selesai	: 15.03

A: Pewawancara

B: Narasumber

A: Nggeh pak Nama bapak siapa?

B: Nama saya Pak Sudik pribadi

A: jabatan di sini?

B: kepala unit pantai Ngliyep

A: instansinya ?

B: PD jasa Yasa

A: alamat rumah Pak?

B: alamat rumah kedungsalam Iya di sini aja

A: nomor HP?

B: 0813 3498 8689 Yah

A: Nggeh, langsung pertanyaan ya Pak?

B: ya ndakpapa monggo

A: jadi di sini apa saja tentang atraksi alam yang ada di sini apa saja daya tariknya di sini?

B: Oh daya tariknya kita itu yang dijual di sini itu Pantai ya pak, kemudian kita punya wahana baru seperti spot selfie atau apa apa itu ya, karena lagi ngetrend nya anak-anak muda sekarang seperti itu ya jadi kita menyesuaikan dengan perkembangan yang ada disana ada wahana baru seperti spot foto bisa dilihat di depan itu ya kita buat secara alami sehingga kita tidak mengurangi nilai alamnya untuk menjaga kelestariannya

A: selanjutnya terkait pengelolaan keanekaragaman flora dan fauna nya seperti apa?

B: flora dan fauna disini Belum ya

A: nggeh kaiak pohon2an dan tumbuh2an gimana kelestarian?

B: kelestariannya tetep pak kita bekerjasama dengan kelembagaan yang ada dengan Perum Perhutani jadi kita berjalan bersama sehingga nanti untuk tidak menimbulkan kerugian di masing-masing pihak kita tetep koordinasi masalah ini

A: Untuk kebersihan lingkungannya Seperti apa sistem persampahan nya seperti apa? persampahannya masih belum ada ya jadi kita manual dikumpulkan terus dibakar?

B: tidak dikumpulkan terus dibuatkan lubang terus ditimbun seperti itu kalau kita bakar nanti polusinya kasihan tamunya jadi kita ga mau seperti itu

A: terus pengelolanya di sini ada siapa aja ?

B: di sini ada 2 ya ngliyep sendiri kita di dalam naungan dari Pemda yaitu PD jasa Yasa dan yang satu itu naungan Perum Perhutani tapi perhutani ga bergerak langsung dilapangan jadi bentuk kemitraan kelembagaan jadi lembaga memberdayakan masyarakat sekitar hutan lah

A: untuk tiket masuknya berapa Pak?

B : tiket masuknya Rp15.000 ini jadi nyuwun sewu 15000 ini dibagi 2 jasa Yasa 7500 Perhutani 7.500

A: terus ada tambahan lagi pak?

B: Tambahan lagi kalau ada bulan dana PMI seperti ini kan memang ada itu 1000 kalau ada ya kalau ga ada ya ga ada

A: Kemudian Harapan apa pak yang diharapkan dari daya tarik alam Disini?

B: ya harapan kita ya harapan kita ya Harapan Kita ini ke depan lebih baik ya karena apa mengingat saingan kita ini sekarang sama-sama tahu ya pantai di Malang Selatan yaitu berapa banyak yang baru-baru itu tapi ya itulah kita nggak mau lah ketinggalan dengan yang baru kalau yang baru memang lagi ngetren sekarang orang kan penasaran ingin tau, kalau kita kan sudah tua ngliyep ini kan sudah tua sebelum

Balekambang ada ngliye ini sudah ada tahun 53 ya jadi ya ndak mau lah istilahnya kita harus bisa menyesuaikan lah apalagi nanti JLS (Jalan Lintas Selatan) ini kalau sudah operasional mau tidak mau kita harus lari cepat hehehe, gitu

A: terus kemudian daya tarik wisata budaya di sini ada apa pak?

B: Nah wisata budaya kita punya satu aset ini, nanti kebetulan tanggal 3 Desember acaranya yaitu larung sesaji yang dinamakan Labuhan gunung Kombang ini memang acara satu-satunya yang kita miliki di ngliye ini jadi masyarakat sekitar.

A: Kemudian respon masyarakat terhadap wisatawan yang datang kalau ada acara labuhan seperti apa? Apa diam saja atau cuek atau ikut ajak ajak?

B: Oh ndak masyarakat setempat ya, kan memang yang punya hajat kan masyarakat setempat ya, jadi itu kita dari Pemda sendiri Kita manfaatkan situasi momen ini untuk mencari uang istilahnya gitu ya, karena kita ada BAD gitu ya jadi itu tuntutan, jadi masyarakat respon biasa saja karena sibuk dengan acaranya, tapi bagus itu terlibat langsung masyarakat ini.

A: Tujuannya diadakan kegiatan upacara itu apa ya pak?

B: Tujuannya otomatis untuk keselamatan ya disamping keselamatan dan ketentraman kemudian hasil buminya bisa subur hehehe permohonannya seperti itu

A: apakah wisata ini berbayar ya pak ya apakah untuk acara ini wisatawan membayar ya Pak ya?

B: iya sama, untuk mengikuti ya Sama tetap kalau wisatawan tetap tiket, yang tidak membayar yang bebas ini itu masyarakat sekitar karena memang mereka yang punya hajat

Kemudian untuk dana kegiatan ini dari mana saja ya Pak?

A: Ya kegiatan Ini, ini dari panitia mengajukan proposal ke Bapak Bupati ke Jasa Yasa ke Perhutani tergantung nanti dikasih berapa kita nggak tahu yang tahu kan panitia.

B: Berarti yang mengelola dari masyarakat dan dari jasa yasa? Jasayasa partisipasi, Jadi kita partisipasi termasuk keamanan tanggungan kita dari PAM tanggungan kita nanti.

A: kira-kira Lokasinya dimana ya pak?

B: Di Gunung Kombang jadi ini lurus ya nanti ada jembatan naik ke atas yang njorok itu ada nanti, nanti bisa masyarakat disana ditanya monggo silahkan.

A: Itu masih Komplek nya ngliyep nggeh berarti?

B: Oh ya termasuk ini tapi itu milik perhutani, kawasan nya kawasan perhutani.

A: Kalau yang 10 hektar nopo Pak semua apa cuma daerah sini apa sama Pasir Panjang soalnya kan di web itu tulisannya taman wisata pantai Ngliyep luasnya 10 hektar?

B: 10,2 ya itu tukar guling nya sudah selesai kita tinggal sertifikasi, 10,2 itu termasuk Pasir Panjang yang sebelah tepi pantai ini yang tebing itu warung-warung itu ikut kita jadi sampai ini kesana ya merepet di sana kan ada pendopo ya pendopo juga ikut kita sampai lurus ke sana tapi pecah gunung Kombang itu bukan milik kita, itu untuk Perhutani mungkin tidak mau kehilangan, Ya gak tau ya aset itu aset hehehe mungkin jenengan lebih tahu ya, Dan kita kan sebelumnya anu ya tidak mau ya tidak mau ya istilahnya kita menjagalah situasi kondusif seperti ini jadi saya cuma kuncinya situasi kondusif ini itu Alhamdulillah saya ndak mau mancing ini itu ya hehehe

A: kemudian Harapan apa terkait atraksi budaya tersebut ?

B: ya harapannya ya dengan adanya atraksi budaya ini pendapatan unit khususnya harus ada tambahan tapi tidak mudah semudah itu, karenapa apa yang punya gawe kan masyarakat, pengunjunnya

ribuan tapi kita ndak dapat apa apa mungkin kedepannya setelah itu satu tahun kedepan ada hikmahnya dengan adanya labuhan.

A: Membedakan wisatawan masuarakat itu seperti apa pak?

B: Kelihatan kok mana yang wisatawan mana yang masyarakat, apalagi pas lagi di jembatan itu kelihatan kok itu kerabat labu, itu pengikut labu. Kalau mau tau bisa nanti datang tanggal 3 desember

A: Kemudian terkait fasilitas pendukung seperti tempat makan, souvenir, area bermain, tempat parkir, toilet umum mushola kondisinya seperti apa?

B: Kondisinya ini masih belum layak, ya bisa dilihat lah ya saya ga mau cerita ini layak atau tidak, karena apa kami sebenarnya juga ingin memanjakan pengunjung sebenarnya

A: Untuk yang disini sudah ada renovasi ya pak?

B: Itu ada sebelah situ itu untuk souvenir dari dinas pariwisata bukan jasa yasa bangunan hibah dari dinas pariwisata

A: Kemudian pengelolanya siapa saja pak, terkait fasilitas nya?

B: Pengelolanya ini ya PD jasa Yasa yang jualan2 itu ya mereka sendiri kita hanya menyediakan tempat. Semua masyarkat lokal kita utamakan dan berdayakan masyarakat lokal, soalnya apa kita membutuhkan mereka kalau kita ambil dari luar ya nanti jadinya rame.

A: Tapi saya lihat kenapa kok ga semua yang buka ya pak?

B: Oh itu sabtu minggu bukanya mungkin mereka lihat ramainya pengunjung. Sebenarnya wajib bagi mereka buka setiap hari karena apa wisatawan tiap hari selalu ada yang datang cari kopi dan sebagainya.

A: Kemudian permasalahan apa pak yang ada terkait fasiltas pendukung?

B: Kalau permasalahan ya relatif ya sebnernya masalah itu masih ada. Seperti pengelolaan lahan parkir. Jadi kita berdayakan masyarkat lokal

untuk menata dan menjaga kalau ga gitu ya mereka nanti ruwet ya alhamdulillah mereka bisa dibina secara bertahap.

A: Rencana pengembangan nya kedepannya seperti apa pak, terkait fasilitas pendukung?

B: Rencananya ya insyaallah ada wacana dari pusat yaa nanti ada renovasi fasilitas yang sudah ada, seperti mushola itu sudah tidak layak, tempat parkir, kemudian mck itu penunjang. Harapannya bisa jadi lebih baik lah.

A: Kemudian terkait penginapan apa saja?

B: Ya isinya kami siapkan air mineral, handuk, sabun shampo cuma itu saja.

A: Semua pengelola penginapannya itu PD Jasa Yasa ya pak?

B: Iya PD jasa yasa

A: Untuk masing-masing harganya per malam pak?

B: Untuk yang dekat sini 150 terus yang tepi pantai itu 250. Ruangan juga sudah enak.

A: Kondisinya sudah baik ya pak?

B: Oh sudah alhamdulillah sudah layak lah

A: Rencana kedepan pak terkait pengembangan penginapan?

B: Untuk tahun depan 2018 rencana renovasi dibongkar atapnya ditinggikan, mudahan-mudahan ya sudah masuk RAB

A: Kemudian terkait pusat informasi pak, sudah adakah?

B: Sudah ada di kantor pusat PD Jasa yasa, kalau disini memberi pengumuman dan promosi

A: Kira kondisinya seperti apa kantor pusat informasi?

B: Ya kondisinya ya seperti ini mas hahaha. Kita masih dalam pembenahan

A: Apakah sistimnya sudah berjalan baik

B: Alhamdulillah sudah berjalan dan baru tahun ini. Kita kan yang tahu kondisinya

A: Rencana kedepan terkait promosi?

B: Ya kita serahkan di pusat. Kita dilapngakan sebagai pengelola saja. Kita jaga kebersihannya

A: Apakah disini sudah ada dokumentasi?

B: Belum ada pak. Tapi Cuma laporan saja ke kantor pusat. Belum terpublikasikan.

A: Apa sasja bentuk promosi uyang sudah ada

B: Ya wahana ini dan ritual ini kita angkat. Itu melalu sosial media ya ada tenaga khusus yang mengerjakan itu.

A: Sudah efektifkah promosinya itu?

B: Oh sudah sudah menarik pengunjunglah prosentasinya lumayan lah

A: Trus untuk angkutan umum pak?

B: Ini ada tapi tidak sampai ke pantai. Dari malang sampai sumbermanjing disini ganti trayek pakai ojek sampai sekarang masih operasi

A: Kondisinya pak?

B: Masih bagus kok

A: Respon masyarakat adanya angkutan umum?

B: Ya masyarakat kebanyakan pakai kendaraan pribadi

A: Trus pengelolanya pak?

B: Itu ada paguyubannya itu

A: Jam operasinya pak?

B: Oh siang siang mulai siang lah sampai sore

A: Akses jalan pak?

B: Alhamdulillah sudah bagus itu dari PU kita tinggal kasih masukan aja.

A: Kemudian respon masyarakat terhadap jaringan jalan?

B: Ya memang kemampuannya seperti itu, terlalu sempit juga lihat medannya juga apakah mampu ya kan

A: Kemudian terkait rambu-rambu jalan apakah sudah ada?

B: Ya lengkap semua itu sudah ada

A: Kemudian industri pariwisata apa saja yang terlibat?

B: Ya disini ya PD Jasa yassa sama perum perhutani

A: Kegiatannya?

B: Ya melakukan pengelolaan

A: Kemudian terkait respon masyarakat terhadap pariwisata ini pak?

B: Responnya baik pak. Sangat membantu masyarakat karena apa mereka bisa jualan disini nambah income mereka

A: Apakah mereka bisa jaga kelestarian?

B: Oh ya sangat bisa kita ada sosialisai 3 bulan sekali ke kantor desa terkait membantu kebersihan dan kelestarian kita butuh mereka

A: Apakah masyarakat bisa melayani wisatawan yang datang?

B: Kalau itu minum sekali yaa karena apa sdm nya ya seperti ini perlu pembinaan belum bisa jadi tour guide nya. Ya karyawan yang mengarahkan

A: Kemudian karakter masyarakatnya terkait keramahannya seperti apa, apakah cuek atau seperti apa?

B: Ya kembali lagi ya pada pola pikir mereka sekarang ada yang masuk sini sepedaan pakai kaos oblong kan ga pantas lah.

A: Peluang usaha apa yang bisa mereka rasakan?

B: Ya jualan bakso terus warung terus parkir itu kita bina mas

A: Kontribusi dan peran masyarakat terhadap kawasan ini pak?

B: Mereka itu 3 minggu sekali ada bakti sosial bersih-bersih sudah merupakan agenda rutin

A: Apakah ada LSM disini?

B: Waduh kurang tahu ya mas. Cuma beberapa masyarakat memberikan saran dan kritik tapi tidak memberi solusi

A: Pemerintah apa saja yang menaungi kawasan ini?

B: Dinas terkait itu memang ada dan koordinasi memberi masukan dari kecamatan dinas pariwisata saling mengisilah

A: Apa saja programnya?

B: Ya programnya pembinaan sdm ya mas termasuk etika dsb terutama sdm lah

A: Yang membuat program siapa ya pak?

B: Itu dari jajaran direksi antar pemerintah yang koordinasi

A: Apakah pernah ada konflik kelembagaan disini pak?

B: Oh pernah itu mungkin njenengan dengar ya. Antara pemda dan perhutani itu pecah. Itu baru 2 tahun terakhir baru bisa kerja sama. Kita dulu disini Cuma dapat komplin karena ada penarikan tiket dua kali. Sekarang kita sudah jadi satu atap. Masalah sudah selesai. Tinggal dijaga kondisinya.

A: Itu bagaimana cara penyelesaiannya pak?

B: waah saya ga tau mas. Itu atasan yang ngurusi

A: Apakah program yang sudah ada sudah efektif pak?

B: Ya relatif mas yaa

A: Rencana kedepannya pak?

B: Ya tadi itu pengembangan fasilitas ya mas

A: Terus terkait Pendukung jasa pariwisata apakah disini ada pak?

B: oh ya ada warung warung itu terus pombensin kegiatannya ya jual itu

A: terus target wisatawan?

Jadi kita targetnya luar kabupaten malang

A: Terus yang sering mengunjungi disini siapa ya pak?

B: Ya kaula muda ya mas kaiak mahasiswa pelajar kayak sampean gini ini.

A: Rentan usianya pak?

B: 20-40 tahun disini rata-ratanya

A: Tujuan wisatawan kesini itu apa pak?

B: Kebanyakan mencari ketenangan disini menikmati pemandangan yang ada liat air liat ombak

A: Cirikhas disini apa ya pak?

B: Kita punya gunung kombang. Karena disitu ada nilai plusnya kan disitu wisata religi kalau sampean kesini malam jumat legi banyak yang datang kesini bahkan sampe 500 orang rame itu. Loket juga buka malam.

A: Terkait pengunjung yang kesini pak?

B: Ya rata-rata itu keluarga mereka yang banyak masalah disini banyak mencari ketenangan

A: Apa yang bisa dilakukan dan dinikmati disini?

B: Ya disini ada teluk putri ada jalan setapak tapi belum tertata ada wahana baru lah. Tapi masih belum tertata ya begini adanya harus kita benahi dulu

A: Terkait peluang usaha masyarakat?

B: Ya bisa alhamdulillah ada nilai tambah

A: Upaya apa saja terkait budaya lokal?

B: Ya itu ritualnya itu yang perlu dipertahankan

A: Apakah kawasan ini prospektif untuk dikembangkan

B: Ya masih prospektiflah mas

A: Alasannya?

B: Kita juga membutuhkannya juga.

A: Ancaman apa pak yang ada dari luar?

B: Iya ini dengan adanya banyak pantai ya termasuk ancaman ya mas. Ya kalau ada investor pergerakan kita cepat kalau ga ada ya pelan seperti ini. Tinggal nunggu dari atasan

A: Terakhir pak. Peluang apa saja yang bisa dikembangkan?

B: Ya sebetulnya ya pak masih banyak wahana yang bisa dikembangkan terus tempat ibadah ini ya pengunjung itu pingin cari tempat ibadah yang nyaman. Yang terbaru ini ya dari PLN sudah masuk baru saja. Untuk telkom ya rencananya tahun depan insya alloh yaa. Doakan saja hehehe.

LAMPIRAN B2

Wawancara Identifikasi komponen Pariwisata



DEPARTEMEN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS ARSITEKTUR, DESAIN DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA

WAWANCARA IDENTIFIKASI KOMPONEN PARIWISATA DI LOKASI TAMAN WISATA PANTAI NGLIYEP KABUPATEN MALANG OLEH STAKEHOLDER

Bapak/Ibu/Saudara/i yang saya hormati,

Sehubungan dengan penyusunan Laporan Tugas Akhir, saya selaku mahasiswa mata kuliah Tugas Akhir pada Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, memohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i agar berkenan menjadi responden dalam penelitian Tugas Akhir saya yang berjudul “ *Strategi Pengembangan Pariwisata Pesisir di Kawasan Taman Wisata Pantai Ngliyep Kabupaten Malang*”. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi dan pendapat mengenai komponen pariwisata dilokasi studi. Besar harapan saya agar Bapak/Ibu/Saudara/i dapat membantu memberikan masukan sesuai dengan kompetensi yang dimiliki Bapak/Ibu/Saudara/i. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/ Saudara/i saya sampaikan banyak terima kasih.

Hormat Saya,

Muhammad Brian Adam

NRP 3613 100 042

Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota
Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya

INFORMASI IDENTITAS RESPONDEN

Nama	: Misdi
Jabatan	: Kepala Desa Kedungsalam
Instansi	: Kantor Desa Kedungsalam
Alamat Rumah	: Dusun Krajan RT 22 RW 04
Telepon/HP	: 081334975559
Tanggal Pengisian	: 12 Nopember 2017
Waktu Pengisian	
Mulai	: 16.05
Selesai	: 17.00

A: Pewawancara

B: Narasumber

A: sebelumnya nama nya dulu pak?

B: Misdì

A: Jabatannya pak?

B: Kepala desa Kedungsalam

A: Instansinya?

B: Kantor Desa

A: Alamat rumahnya pak?

B: Dusun krajan RT 22 RW 04 desa kedungsalam

A: Nomer hapenya pak?

B: 081334975559

A: Terkait respon masyarakat terhadap kawasan pantai ngliyep

B: ya responnya sangat baik responnya itu dan harapannya bisa dikelola dengan baik bisa maju rame bisa meningkatkan perekonomian itu harapan dari masyarakat seperti itu termasuk dari desa juga seperti itu

A: Apakah masyarakat bisa membantu menjaga kelestarian di lokasi wisata?

B: Sebenarnya bisa masyarakat tuh bisa menjaga lingkungan kelestarian hutan disekitar wisata itu bisa kemudian ada pendamping-pendamping

A: Apakah masyarakat bisa melayani pengunjung dengan baik?

B: Ya mungkin gini ya berhubungan dengan wisata itu masih cara-cara tradisional mungkin pembinaan dari pihak-pihak terkait dari dinas pariwisata itu belum ada perlu pelatihan khusus supaya wisatawan bisa terkesan

A: Kemudian karakter masyarakat dalam hal keramah tamahannya seperti apa pak?

B: Ya, kalau keramah tamahannya kiranya gitu lah orang Jawa seperti itu alami gitu aja budayanya seperti itu

A: Terus peluang usaha apa saja yang bisa didapatkan masyarakat?

B: Sebenarnya banyak peluang usaha, seperti homestay, rest area, kemudian di tambah fasilitas yang lainnya yang bisa menunjang penghasilan para warga. Kami harap usaha yang di wisata ini tidak hanya di pantai tapi bisa di sepanjang jalan ini menuju lokasi nya

A: Kontribusi dan perannya apa pak masyarakat terhadap lokasi wisata?

B: Ya mungkin kebersihan selalu kerjasama dengan pengelola wisata dimana kegiatannya banyak yang di bantu masyarakat

A: Apakah disini ada LSM pak?

B: Ga ada mas.

A: Terus mayoritas warga disini apa ya pak?

B: Petani buruh pedagang

A: Bidang pariwisata sedikit ya pak?

B: Ya sedikit lah dibanding dengan jumlah penduduk ya sedikit lah

A: Terus terkait wisata budaya disini apa saja ya pak?

B: Ya mungkin di bulan Maulud itu ada labuhan di gunung Kombang ada rumah adat juga yang digunakan waktu acara labuhan tahun ini dilaksanakan 3 Desember nanti mas. Siapa tahu masnya mau lihat kegiatan labuhan itu kebanyakan disana orang-orang tengger dari Probolinggo banyak itu yang dibawa kesana

A: Respon masyarakatnya seperti apa pak terhadap wisatawan, ketika ada acara labuhan

B: Ya baik mas itu kan tamu yaa

A: Tujuan diadakan acara labuhan itu pak?

B: Ya awalmula didesa ini itu dilanda wabah penyakit pagebluk kemudian para sesepuh itu semedi dan dapat wangsit supaya melaksanakan labuhan itu

A: Apakah kegiatan itu berbayar?

B: Oh tidak

A: Dananya dari siapa pak?

B: Ya dari yang punya hajat itu yang mau slametan itu dia bawa alat-alatnya

A: Kemudian harapannya pak terkait wisata ini?

B: Harapannya dikemas dan dikelola agar lebih maju

A: Terkait jalan pak, bagaimana respon masyarakat terhadap jalan menuju lokasi wisata?

B: Ya itu kalau jalur utama itu milik pemkab di rawat oleh bina marga, ya respon masyarakat ya sangat baik lah kan ini poros desa, sebenarnya masih kecil

A: Untuk angkutan umum nya pak?

B: Itu ga ada ya mas ga sampai masuk desa

A: Terakir pak, bagaimana terkait pengembangan disini, prospektif atau tidak?

B: Ya prospektif tapi pengembangannya lambat, kelihatannya di tahun 2018 dari pemkab ada rencana pengembangannya

BIODATA PENULIS

Penulis lahir di Surabaya pada 6 April 1994 dan merupakan anak keempat dari empat bersaudara. Penulis telah menempuh pendidikan formal di SDN Semolowaru 4-614 Surabaya, SMPN 19 Surabaya, dan SMAN 16 Surabaya. Pada pendidikan selanjutnya penulis diterima dan telah terdaftar sebagai mahasiswa di Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota FADP-ITS pada tahun 2013. Selama perkuliahan penulis aktif dalam organisasi yaitu sebagai staff Departemen Minat dan Bakat HMPL 15/16, serta menjadi santriwan Pondok Pesantren

Mahasiswa Khoirul Huda 3 Surabaya. Penulis juga berkesempatan melaksanakan kerja praktek di Surabaya pada PT. CANDIKENCANA SABDAWISESA. Dan mendapatkan pengalaman kerja sebagai surveyor BPS Kota Surabaya dalam Sensus Ekonomi 2016.

“Halaman ini sengaja dikosongkan”